

Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem
Szociológia és Szociálpolitika Tanszék

Bizalom, tulajdon, nyereség

A Vállalati Panelvizsgálat elemzése – gazdasági szereplők és magatartások

Zárótanulmány

Budapest, 2000 november

A tanulmánykötet a „Vállalati panelvizsgálat elemzése - gazdasági szereplők és magatartások” című kutatás keretében született a BKÁE Szociológia- és Szociálpolitika Tanszékén. A kutatást a Gazdasági Minisztérium támogatta.

A kutatás vezetője: Dr. Lengyel György tanszékvezető egyetemi tanár

A kutatás résztvevői:
Csabina Zoltán tudományos munkatárs
Janky Béla egyetemi tanársegéd
Kopasz Marianna főiskolai oktató
Leveleki Magdolna egyetemi tanársegéd
Nagy Réka doktorandusz
Dr. Tóth István János egyetemi adjunktus

Az adatfelvétel koordinátorai: Demkó Olivér
Grad Sándor

A kötetet szerkesztette: Janky Béla és Lengyel György

Tartalom

I. Bevezetés (<i>Janky Béla – Lengyel György</i>)	4
II. Siker-percepció, siker-értelmezés és nyereség (<i>Lengyel György</i>)	10
III. A vállalati stratégiák átalakulása (<i>Janky Béla</i>)	35
IV. A piaci és a bizalmi viszonyok néhány összefüggése a hazai feldolgozóipari vállalatok körében (<i>Csabina Zoltán – Kopasz Marianna – Leveleki Magdolna</i>)	47
V. A pénzügyi fegyelem alakulása és összetevői a magyar vállalkozások körében 1995-2000 (<i>Tóth István János</i>)	78
VI. Az új információs technológiák és vállalatok Magyarországon (<i>Nagy Réka</i>)	89
VII. A munkavállalói tulajdonról a Vállalati Panel tükrében (<i>Janky Béla</i>)	102

I. Bevezetés: a kutatás célja, előzményei és eredményei

(Janky Béla – Lengyel György)

I.1. A kutatás célkitűzései

A BKÁE Szociológia- és Szociálpolitika Tanszékén 2000 januárja és novembere között kutatást folytattunk a Vállalati Panel iparvállalati mintájának alapján. Vizsgálataink középpontjában az iparvállalati magatartás átalakulása állt. Arra voltunk kíváncsiak, hogy mennyire felelnek meg a klasszikus piacgazdasági elveknek a vállalati működés alapelemei, illetve milyen mértékben fedezhetők fel a vállalati magatartásban a kelet-közép-európai történeti háttérrel magyarázható sajátosságok. Célunk továbbá annak megismerése volt, hogy milyen sebességgel zajlott a vállalatvezetési kultúra átalakulása, és a vállalatok mely csoportjaiban volt gyorsabb illetve lassabb a folyamat. Arra is választ kívántunk kapni, hogy van-e a vállalati magatartásnak olyan aspektusa, ahol tíz év után sem dominálnak a piacgazdaságokban megszokott vezetési elvek. Emellett kíváncsiak voltunk arra, hogy elkülöníthető-e az iparvállalatoknak egy olyan csoportja, amely lényegesen elmaradt a stratégiai alkalmazkodásban.

Az elemzés során a BKÁE Szociológia- és Szociálpolitika Tanszéke által gondozott Vállalati Panel adatbázisára támaszkodtunk, amely 1993-2000 közötti időszakban kérdőíves reprezentatív felvételek segítségével követte a feldolgozóipari vállalatok magatartásának változásait.

I.2. A Vállalati Panelvizsgálat korábbi eredményei

A vállalati magatartás és a vállalati elit című, 1995 és 1998 vége között zajló kutatás célja az volt, hogy képet adjon a vállalatok viselkedéséről és a menedzserek várakozásairól, valamint a vállalati elit rekrutációjának és attitűdjének alakulásáról. A vállalati viselkedés tanulmányozásához a luxemburgi és essexi vállalati panel vizsgálati módszert alkalmaztuk. A vizsgálat folytatása volt egy 1992 óta folyó reprezentatív felvételnek, s így módszertani szempontból is tanulságosnak bizonyult. A feldolgozóipari vállalatok reprezentatív körét kérdeztük le, s ezekhez térünk vissza minden évben. 1996-ban publikáltuk az első három hullám adatait tartalmazó kódkönyveket. A kutatásvezető e tárgyú írásait műhelytanulmány kötetben tettük közzé (Lengyel, 1997). 1997 áprilisában nemzetközi konferenciát tartottunk

"Changing Elites and Changing Rules of the Game" címmel, több ismert külföldi partner részvételével, ahol megvizsgáltuk a szóban forgó vizsgálat konceptuális kérdéseit is.

Elemzéseink több oldalról közelítették meg a vállalati magatartás átalakulásának kérdéskörét. Tanulmányaink egy része arra a kérdésre keresi a választ, hogy a vállalati vezetők sikeresnek tartják-e cégeiket, s hogyan értelmezik, vagy miben mérik a vállalati sikert (Lengyel, 1998, 1999a). Vizsgálja továbbá, hogy miben látják a vezetők a vállalat és a gazdaság fő problémáit, s hogy hogyan függenek össze e percepciók kérdések egymással, valamint a vállalat tényleges adottságaira vonatkozó adatokkal. A válaszok lényegében három csoportba vonhatók össze. A nyereség az egyik tiszta csoport, a likviditás a másik és végül a növekedés, bővülés széles fedőfogalma a harmadik tiszta típus.

Vizsgálataink szerint a cégek pénzügyi és szerződéses fegyelme számottevő hatást gyakorol a vállalkozások és az egész gazdaság növekedési képességére (Tóth, 1998). A piacgazdaság intézményi feltételeinek kialakulásába és konszolidációjába bele kell érteni az üzleti partnerek közötti szerződéses viszonyok stabilizálódását is. A kilencvenes évek közepéig tekintve pozitív tendenciákat tapasztalhatunk. A kisebb cégek esetében sokkal rosszabb a helyzet, és még a döntően exportpiacokra szállító - a magyar gazdaság számára kulcsfontosságú -, cégek körében sem elhanyagolható arányú a fizetési-, adózási- és a szerződéses fegyelem megsértése. A pénzügyi fegyelem lazaságából adódó bizonytalanság a vállalkozások döntő részének mindennapos tapasztalata volt Magyarországon az átmenet éveiben.

A tanulmányainkban azt is vizsgáltuk, hogy milyen mértékben határozta meg a 90-es években a vállalatvezetők stratégiai magatartását a "szocialista piacgazdaság" öröksége (Janky, 1999). Kiindulópontként Laki Mihály vizsgálatai szolgáltak (Laki, 1992, 1993, 1994). Laki meghatározta azokat az intézkedéseket, melyek normális piacgazdasági körülmények között megoldást hozó válságelhárító stratégiák részeként szerepelnek elsősorban, ám Magyarországon korábban hiányoztak a vezetők eszköztárából. Ez utóbbi tevékenységektől a tapasztalat hiánya miatt is ódzkodtak a menedzserek a piacgazdaság első éveiben. A Vállalati Panel 1993-as adatai nagyrészt megerősítették Laki más módon megszerzett tapasztalatait. Azonban már ekkor is voltak jelei annak, hogy a vállalatoknak legalább egy része a piacgazdasági feltételeknek megfelelően alkalmaz bizonyos válságelhárító stratégiákat. 1998-ban már azt tapasztaltuk, hogy a vállalati magatartás jellemzően az általános piacgazdasági mintákhoz igazodik.

Kutatásaink eredményeit műhelytanulmány-kötetben is közreadtuk (Lengyel, 1999b).

I.3. A kutatás főbb eredményei

A II. fejezet tanúsága szerint a kilencvenes évek első felében a magyar feldolgozóipari cégek több mint fele sikertelennek minősítette saját működését, **2000-ben több mint fele sikeresnek. 1993-ban a cégek közel kétötöde realizált nyereséget, most közel**

háromnegyede. Míg az évtized elején a siker-tudat és a nyereség között gyenge pozitív kapcsolat volt, most a kapcsolat igen erős: a nyereség a vállalati siker-tudat legfontosabb tényezője. Emellett jelentős pozitív hatást gyakorolt a siker-percepcióra, ha a cég piaci bővültek, ha a tervezés időhorizontja tágabb volt, s rendelkezett számítógépes információs technikával. Az attitűdváltozók közül csökkentette a siker-tudatot, ha a vezető a növekedést aggályosnak látta, ezzel szemben jelentősen növelte, ha cégét a szakmában egyébként is fontosnak ítélte, s ha a vállalati sikert elsősorban pénzügyi-piaci terminusokban értelmezte.

A sikert igen sokféle módon értelmezték a vezetők. Azt, hogy ezek közül elsősorban pénzügyi-piaci terminusokat használtak-e, vagy naturális-technikai terminusokat a vállalati siker értelmezésére, elsősorban attól függött, hogy felsőfokú végzettséggel rendelkeztek-e, hogy biztonságosnak tudták-e üzleti környezetüket, hogy piacuk bővült-e, s, hogy jók voltak-e a cég kulturális adottságai (egyebek közt például, hogy volt-e idegen nyelven beszélő munkatársuk, s bekapcsolódtak-e a számítógépes levelező rendszerbe).

Az önmagukat kiugróan sikeresnek minősítő cégek (minden tizenkettedik volt ilyen) jó eséllyel kerültek ki az olyan, kapacitásaikat és piacaikat dinamikusan bővítő, kisebb tőkeerejű vállalkozások közül, amelyek kedvező személyi adottságokkal rendelkeztek, voltak kutató-fejlesztő munkatársaik és diplomás vezetőik.

Az önmagukat sikertelennek látó cégek ugyancsak átlag felett kerültek ki a kisebb tőkeerejű vállalkozások közül, amelyek azonban nem voltak nyereségesek, kapacitásaikat és piacaikat nem bővítették, személyi és infrastrukturális adottságaik kedvezőtlenek voltak. Megjegyzendő, hogy a diplomás munkatársakkal rendelkező cégek aránya mind a kiugróan sikeres, mind pedig a sikertelen cégek között felülreprezentált volt.

Azt, hogy a cég nyereségesen működött-e, vagy sem, jelentősen befolyásolta az alacsony relatív bérköltség, a nagy és dinamikusan bővülő piacörzet és kapacitáskihasználtság, a kedvező kulturális-informatikai adottságok együttese, valamint az, ha az alkalmazottak és vezetők tulajdonrészrel rendelkeztek a cégben. A vezetők sikeresség-tudata kiemelkedően erős pozitív kapcsolatban állt a cég nyereséges működésével. A nyereség mértékére egyebek közt a kutató-fejlesztő munkatársak aránya, s a vezető adottságai: kora, iskolai végzettsége, kapcsolatrendszere és attitűdjei gyakoroltak érzékelhető hatást.

A III. fejezetben azt vizsgáltuk, hogy tíz évvel a gazdasági átmenet kezdete után milyen mértékben alakultak át a piacgazdasági követelményeknek megfelelően a vállalati magatartás mintái. Emellett kíváncsiak voltunk arra, hogy várható-e az eddigi átalakulási tendenciák folytatása és kiteljesedése a közeljövőben. Korábbi kutatásaink eredménye szerint a 90-es évek végére csökkent a korábbi társadalmi-gazdasági rendben kialakult viselkedésmintáknak a válságkezelési stratégiák sajátosságaira gyakorolt hatása. Mostani vizsgálatunk adatai azt mutatták, hogy a piaci gazdálkodási szemlélet egyik fontos eleme, **a marketing-orientáltság némileg teret nyert az utóbbi évtizedben.** Az átalakulás azonban nem látványos mértékű. Elemzésünkben vizsgáltuk továbbá, hogy elkülöníthető-e az ipari vállalkozásoknak egy olyan csoportja, amelyben a cégek szervezeti struktúrája és célrendszere érdemben különbözik a nyugati piacgazdaságokban működő kapitalista gazdasági szervezetekétől. Ennek különös

jelentősége van a vállalati magatartás jellegzetes mintáinak kialakulása szempontjából. Adataink arra utalnak, hogy **az elméleti feltételezések alapján leginkább várható eltérések a tipikus racionális kalkulatív vállalat mintáitól nem mutatkoznak meg a hazai ipari cégek körében.**

A IV. fejezetben a vállalatok közötti kooperáció sajátosságait tárgyaljuk. A gazdálkodó egységek közötti bizalom empirikus vizsgálata során arra kerestünk választ, hogy a hazai feldolgozóipari vállalatok értékesítési kapcsolatai milyen mértékben támaszkodnak a bizalomra. Azt is megkíséreltük, hogy magyarázatot adjunk arra, milyen tényezők játszanak szerepet abban, hogy egyes vállalatok magas bizalomszintű kapcsolatokat alakítanak ki üzleti partnerekkel, míg mások alacsony bizalomszintűeket. Adataink szerint **szignifikáns hatása van a bizalmi viszonyok működésére a termék jellegének, a tulajdoni szerkezetnek és az üzleti környezet biztonságának.** Az átlagosnál lényegesen gyakrabban építenek a bizalomra az üzleti kapcsolatokban az egyedi igényeket kiszolgáló – különösen a kisszériás termékeket előállító – vállalkozások. A tisztán szolgáltató profilú szervezetekre viszont a tömegcikkeket és folyamatos termékeket előállító vállalatokhoz hasonlóan a bizalomhiány jellemző, vagyis kapcsolataik erősebben formalizáltak, írásos szerződésekkel megerősítettek. A nem alkalmazott magánszemélyek többségi tulajdona esetén gyakoribb a vállalati magatartásban megnyilvánuló bizalom, míg az alkalmazotti tulajdon jelentős bizalomrontó tényező. Más tulajdoni forma nincs szignifikáns hatással a bizalom szintjére. Továbbá erős bizalomnövelő tényező, ha a vállalkozó biztonságosnak tartja az üzleti környezetet. Főképpen a teljes biztonságérzet növeli meg számottevően a bizalom szintjét, és a vállalatok által hasznosítható társadalmi tőkét. Ennek birtokában a vállalatok viszonylag gyakran termelnek, illetve szolgáltatnak kizárólag szóbeli megállapodás alapján csökkentve ezáltal tranzakciós költségeiket.

Az V. fejezet tanúsága szerint **a vállalatok adózási és fizetési fegyelme javuló tendenciát mutat a gazdasági átalakulás során, ám még 2000-ben is a cégek több mint egynegyede jelezte, hogy partnereik nem tettek időben eleget fizetési kötelezettségeiknek.** Az adó és a társadalombiztosítási járulék befizetésével kapcsolatos mulasztás azonban a nagy cégeknek csupán kevesebb mint tizedét jellemezte. Az orosz válság negatív hatást gyakorolt a pénzügyi fegyelemre, 1999-ben mind a fizetési mind pedig az adózási fegyelem romlott. A válság előtt a nagy exportáló cégek hetede szállított dominánsan a posztsovjeti piacra, ám az orosz válságot követően arányuk négy százalék alá csökkent. Tüzetesebb vizsgálat alá véve a cégek külkereskedelmi irányát kiderült, hogy **a fizetési fegyelem lazulása egyértelműen a FÁK országokba exportáló vállalatokat érintette. Ugyanakkor a pénzügyi fegyelem megsértése az átlagosnál lényegesen alacsonyabb a külföldi tulajdonban lévő cégek esetében.** A forgalom növekedése és a pénzügyi fegyelem javulása között gyengébb a kapcsolat, mint a külföldi tulajdon és a pénzügyi fegyelem között, s csupán a válságperiódusokban mutatkozik szignifikáns összefüggés.

A VI. fejezetből kiderül, hogy az információs infrastruktúrával való ellátottság jelentős befolyással lehet a cégek működésére, s azért is fontos, mert a szakirodalom egyik markáns álláspontja szerint a fejlett gazdaságok egy minőségileg új, internet –alapú szerveződés mintáit mutatják. A magyar feldolgozóipari vállalatok körében csupán a számítógéppel való

ellátottság mondható széleskörűnek: a cégek több mint négyötöde rendelkezik ezzel. E-mail kapcsolata azonban a cégek kevesebb mint felének van, s több mint kétharmaduk nem rendelkezik sem belső, sem pedig külső számítógépes hálózati elérhetőséggel. A nagyvállalatok esetében az on-line kapcsolat elterjedtnek mondható (kétharmados), a lokális hálózat és az e-mail pedig teljességgel elterjedt (kilencztizedes). **A vállalat mérete tehát jelentős pozitív kapcsolatban áll az információs infrastruktúrához való hozzáférés esélyeivel, s ez rácsfolni látszik azokra a várakozásokra, amelyek a kis- és középvállalkozások versenyelőnyét az e-gazdaságban és internet-kereskedelemben látták. A kis- és középvállalkozások kitörési pontját az információs infrastruktúra csupán akkor jelentheti, ha erre aktív támogatáspolitikára irányul.**

Az európai régiók NUTS-2 nómenklatúráját (Nomenclature des Unites Territoriales Statistiques) alkalmazva az on-line elérhetőség tekintetében a közép-magyarországi, az e-mail kapcsolat vonatkozásában pedig ugyancsak ez, s a nyugat-dunántúli régió felülreprezentált. Az országos, vagy a nemzetközi piacra szállító cégek több mint fele rendelkezett e-mail kapcsolattal, míg a lokális és regionális piacra szállító cégeknek csak kevesebb mint harmada. Az internetes ellátottság számottevő pozitív kapcsolatban áll a vállalati tervezés időtávlatával is.

A VII. fejezetben azt vizsgáltuk, hogy a dolgozói tulajdonú cégek létrejöttében és fennmaradásában milyen szerepet játszanak a modern piacgazdaságokban mindenütt jelen lévő piaci erők, és mi köszönhető az átmenet sajátosságainak. Elemzésünkben arra koncentráltunk, hogy a munkavállalói tulajdon kialakulásához vezető piaci erők hatását tetten érjük. Elméleti áttekintésünkben lehatároltuk azokat a szektorális és termelési jellegzetességeket, amelyek piaci körülmények között a munkavállalói tulajdonlást valószínűsítik. Empirikus vizsgálatunkban a szakirodalom alapján felállított hipotéziseinket vetettük össze a Vállalati Panel adataival. Kutatásunk eredményei arra utalnak, hogy **a piaci erők érdemi szerepet játszanak abban, hogy mely cégek maradnak fenn dolgozói tulajdoni szerkezet mellett.** Ugyanakkor az elméleti modellek alapján feltételezett hatásmechanizmusok egy részét nem tudtuk kimutatni, vagy csak nagyon gyengén érzékeltük. Szükségesnek tartjuk, hogy további kutatásainkban az átmenet speciális hatásaira vonatkozóan is tesztelhető hipotéziseket állítsunk fel.

Irodalom

- Janky, Béla (1999): Adjustment Strategies of the Hungarian Industrial Firms, *Acta Oeconomica*, Vol. 50 (3-4) pp. 283-296
- Laki Mihály (1992): A vállalati magatartás változása és a gazdasági válság. *Közgazdasági Szemle* 39 6.sz: 565-578. o.
- (1993): Vállalati viselkedés elhúzódó gazdasági visszaesés idején. *Külgazdaság* 37 11.sz. 23-34.o.
- (1994): *Vállalatok a szocializmus után*. Kandidátusi értekezés, Budapest.

- Lengyel György (1997): *Vállalati magatartás és intézményi változások*. Szociológiai Műhelytanulmányok, BKE, Budapest.
- (1998): A gazdasági siker vállalati értelmezéséről *Külgazdaság*, 4. sz.
- (1999a): How Do Managers Interpret Economic Success? *Acta Oeconomica*, Vol. 50 (3-4) pp. 297-310.
- (1999b) (szerk): *Siker, halasztás, pénzügyi fegyelem*. Szociológiai Műhelytanulmányok, BKE, Budapest.
- Tóth I. J. (1998): Vállalatok pénzügyi fegyelme és növekedési képessége az átalakuló gazdaságban, *Közgazdasági Szemle*, XLV. évf., 12. szám. december, 1126-1140. o.

II. Siker-percepció, siker-értelmezés és nyereség (Lengyel György)

II.1. Bevezetés

E tanulmányban azt a kérdést járom körül, hogy milyen gazdasági és kulturális összefüggéseket mutat a vállalati siker-percepció, a siker-értelmezés és a nyereség. A vizsgálat a feldolgozóipari vállalatok körében végzett vállalati panelfelvétel 2000-ben készített utolsó hullámának adatain alapul. A minta 382 vállalat ágazat és terület szerint súlyozott adatait tartalmazza. Siker-percepción, vagy siker-tudatosságon azt értjük, hogy a vezetők milyen méretékben tekintik sikeresnek cégüket. A nagyon sikerestől a nagyon sikertelenig terjedő ötfokú skálán adott minősítést, ahol szükséges volt, összevontuk – így például a nagyon sikertelen és inkább sikertelen minősítéseket együtt kezeltük, mivel nagyon sikertelennek csupán a cégek 2 %-a minősítette magát -, illetve oly módon dichotomizáltuk, hogy az inkább sikeres és nagyon sikeres kategóriákat vontuk össze egyfelől, s a nagyon sikertelen, inkább sikertelen, illetve is-is válaszokat másfelől.

A siker-értelmezés változója annak a - nyitott kérdésre adott – válaszsornak az értelmezéséből alakult ki, amelyben azt vizsgáltuk, hogy miben méri a vezetők a sikert. A válaszok első közelítésben mintegy tizenhét kategóriába voltak csoportosíthatók. Ezek közt a nyereségen és likviditáson túl egyebek közt a forgalom, a megrendelés, a kapacitáskihasználtság, az üzleti kapcsolatok, az export, a szakmai színvonal, a beruházás, a létszám statikus és dinamikus kategóriáit találjuk. Végző soron e válaszokat is két csoportba vontuk össze: abba amelyik inkább pénzügyi-piaci terminusokban értelmezi a sikert és abba, amelyik inkább naturális-technikai terminusokban. Bár a gazdasági siker értelmezése egyszerűnek tűnik, a gazdasági vezetők válaszaiból arra következtethetünk, hogy a képlet mégsem egyértelmű. A vállalati panel 1993-as hullámának elemzéséből például az derült ki, hogy a siker-értelmezés és a nyereség között gyenge volt a kapcsolat (Lengyel 1998). Kisvállalkozók körében végzett felmérések pedig arra utaltak, hogy esetükben a pusztán túlélést is sikerként könyvelhetik el (Lengyel 1999). A társadalmi környezet szemében a gazdasági sikerek jellegzetesen nem gazdasági, hanem társadalmi-kulturális értelmezést nyernek (Berger 1991, Tóth 1997, Váriné –Solymosi 1999, Kuczi 2000), s a személyiségjegyek tekintetében is igen változatos képet mutatnak (Chell et al. 1991, Miner 1997). A vállalati panelkutatásban, jellegéből adódóan főként a vállalati adottságokon, azokon belül is elsősorban a gazdasági adottságokon van a hangsúly. Azonban ahol mód nyílt rá figyelembe vettük a kulturális adottságok néhány tényezőjét és a vezető személyes jellemzőit is.

Az alábbiakban először táblastatisztikák alapján áttekintem a sikeres és sikertelen vállalatok jellemzőit, majd a siker-értelmezési típusok gazdasági és kulturális összefüggéseit. A következő részben ezeket az összefüggéseket modellekkel ellenőrzöm. Ezt követően megvizsgálom a nyereséges vállalatok jellemzőit, s azt, hogy milyen tényezők magyarázzák a nyereséges működést. Végül azt tekintem röviden át, hogy hogyan alakul a nyereség és a siker-percepció közti kapcsolat, van-e változás ebben a tekintetben 1993 és 2000 között.

II.2. Vállalati sikerek és kudarcok

II.2.1. A sikeres vállalatok jellemzői

Ebben a pontban a vállalati sikeresség szubjektív megítéléséről lesz szó: arról, hogy sikeresnek, vagy sikertelennek látják-e 2000-ben a meginterjúvált vállalati vezetők cégüket, s milyen tényezőkkel hozható összefüggésbe a siker-percepció. Ezért amikor vállalati sikerről és sikertelenségről van szó – hacsak másként nem jelezzük - ezen a vezetők véleménye alapján formált megítélés értendő. A vezetők több mint fele, 56 %-a gondolta cégét sikeresnek, ezen belül mintegy 8 % nagyon sikeresnek. A vállalatukat sikertelennek gondolók aránya ugyancsak mintegy 8 %-ot tett ki. Egyharmadot némiképp meghaladó volt a sikeres is és nem is választ adók aránya.

Bár Budapesten nagyobb azoknak a cégeknek az aránya, amelyek önmagukat kiugróan sikeresnek érzik, összességében azonban a sikeres cégek aránya mégis nagyobb a vidéki vállalatok körében. A könnyűiparban az átlagosnál alacsonyabb a sikeres cégek aránya, az összefüggés azonban nem szignifikáns. Érthetően erős a kapcsolat a siker-percepció és a szakterületen belüli pozíció megítélése között. A vállalatok mintegy fele érzi magát fontosnak a szakterületen belül, ezzel szemben a sikeres cégeknek közel kétharmada. Vagy másként: a saját cégüket a szakterületen belül fontosnak érzők mintegy 70%-a egyszersmind sikeresnek is tartja a vállalatot.

1. táblázat.

A vállalatok és az önmagukat sikeresnek minősítő vállalatok aránya vállalati kategóriák szerint

Vállalati kategória	A vállalatok megoszlása (%)	Önmagukat sikeresnek minősítő Vállalatok	Phi (Cramer's V)	N
A vállalat telephelye: Budapest	34.8	32.1	n.s..	132
vidék	65.2	67.9		249
Ágazat: könnyűipar	30.4	25.1	n.s.	114
egyéb iparág	69.6	74.9		263
Az ágazaton belül fontosak-e saját megítélésük szerint:	50.1	63.4	.30****	189
Igen				
Nem	49.9	36.6		188
Magántulajdonban van-e a cég: igen	89.6	89.7	n.s.	340
nem	10.4	10.3		40
Vezetői tulajdonrész van-e a cégben: igen	36.7	39.6	n.s.	140
nem	63.3	60.4		241
Alkalmazotti tulajdonrész van-e a cégben: igen	43.2	44.1	n.s.	165
nem	56.8	55.9		217
Más vállalat, bank tulajdonában van-e a cég: igen	10.3	9.5	n.s.	39
Nem	89.7	90.5		342
Tulajdonos külföldi	17.3	21.2	.11**	60
Hazai	82.7	78.8		286
Alapítói vagyon: -4 millió Ft	70.8	68.4	n.s.	270
5- millió Ft	29.2	31.6		111
Könyv szerinti vagyon: -4 millió Ft	32.3	23.9	.20****	123
5-millió Ft	67.7	76.1		258
Nyereséges-e: nyereséges	72.5	89.3	.43****	104
nem nyereséges	27.5	10.7		273
Nyereség az utóbbi öt évben nőtt-e: igen	55.0	69.5	.33****	210
Nem	45.0	30.5		172
Árbevétel: átlag alatt	49.8	42.6	.16***	190
átlag fölött	50.2	57.4		191
Beszállító vállalat-e: igen	43.3	44.2	n.s.	165
nem	56.7	55.8		216
Jellemezte-e az évet, hogy partnereik nem tettek eleget fizetési kötelezettségeiknek igen	26.8	26.3	n.s.	99
nem, v is-is	73.2	73.7		270
Biztonságos-e az üzleti környezet véleményük szerint: igen	34.2	38.2	n.s.	130
nem	65.8	61.8		214
Jellemző-e, hogy üzleti partnereiknek szóbeli megállapodás alapján elkezdik a gyártást: igen	38.9	37.8	n.s.	147
nem	61.1	62.2		232
Alkalmazotti létszám: -19 fő	77.4	72.6	.13*	295
20- fő	22.6	27.4		86
Béreköltség aránya -24 %	48.7	54.6	.14**	185
25%-	51.3	45.4		196
Van-e diplomás a cégnél: igen	66.8	68.0	n.s	127
nem	33.2	32.0		255
Van-e kutató-fejlesztő munkatárs a cégnél: igen	3.7	5.4	.05*	14
nem	96.3	94.6		367
A dolgozók egy része a vezetők rokona, régi ismerőse-e: igen	51.0	58.2	.16***	194
nem	49.0	41.8		187

1. táblázat (folytatás).

A vezető neme: férfi	67.6	68.4	n.s.	252
nő	32.4	31.6		121
A vezető kora: -44 éves	30.0	34.4	.10	112
45-éves	70.0	65.6		262
A vezető iskolai végzettsége: középfokú	40.3	36.7	n.s.	152
főiskolai	35.2	34.4		133
egyetemi	24.4	28.9		92
Igaz-e: növekedés kockázatos, mert elveszíthet mindent: igen	46.2	34.0	.28****	176
Nem	53.8	66.0		205
Mióta van jelenlegi pozíciójában-1994	67.0	73.1	.15**	253
1995-	33.0	26.9		124
Van-e a cégnél idegen nyelven beszélő munkatárs: nincs, nem is tervezik	33.7	25.7	.24****	128
nincs, de tervezik, hogy lesz	15.2	15.5		58
Van	48.2	57.3		183
Reklámköltség van-e: igen	65.8	70.1	.10*	251
nem	34.2	29.9		130
Marketing van-e: igen	39.1	42.1	n.s.	149
Nem	60.9	57.9		232
Exportál-e: igen	41.9	49.1	.17***	160
Nem	58.1	50.9		221
Az export importtartalma : 5% -	19.0	25.5	.19****	72
-4 %	81.0	74.5		309
Piacörzet: lokális, regionális	44.3	38.3	.14**	169
Országos, nemzetközi	55.7	61.7		212
Piacuk szűkült, vagy bővült az utóbbi három évben: szűkült	28.3	18.9	.39****	107
Bővült	37.9	54.2		144
nem változott	31.9	25.6		121
Számítógéppel rendelkeznek-e: igen	83.6	92.5	.27	316
nem	16.4	7.5		62
E-mail kapcsolattal rendelkeznek-e : igen	44.0	56.9	.30****	166
nem	56.0	43.1		212
Kapacitáskihasználtság -70%	50.2	42.0	.19***	192
71%-	49.8	58.0		190
Történt-e kapacitásbővítés idén: igen	37.7	49.7	.28****	143
nem	62.3	50.3		237
Terveznek-e kapacitásbővítést a következő évben: igen	44.7	56.6	.27****	170
nem	55.3	43.4		210
Új termék ,technológia, termék került-e bevezetésre ebben az évben: igen	46.9	59.2	.28****	177
Nem	53.1	4.8		200
A tervezés időhorizontja -1 év	54.7	41.1	.31****	209
2- év	45.3	58.9		173

Szignifikancia-szintek: * =.05, **=.01, ***=.001, ****=.0001

A feldolgozóipari vállalatok döntő többsége, mintegy 90 %-a magántulajdonban van, s ez nem mutat kapcsolatot a siker-percepcióval. A vállalatok több mint kétötödében van alkalmazotti tulajdon, s ez sem függ össze a sikerrel. A cégek több mint egyharmadában rendelkeznek a vezetők tulajdonrészével, s bár ezek körében a sikeres cégek aránya az átlagot némiképp meghaladó, az összefüggés nem szignifikáns. Az intézményi kereszttulajdonlás a cégek mintegy tizedére jellemző, s ennek sincs hatása a sikeresség megítélésére. A cégek

mintegy hatoda van külföldi tulajdonban, s körükben a siker-percepció mértéke az átlagost jóval meghaladó, mintegy kétharmados, s a kiugróan sikeres cégek aránya az átlagos duplája.

A cégek mintegy harmadának alapítói vagyona haladta meg az ötmillió forintot, ezzel szemben a könyv szerinti vagyon tekintetében a vállalatok kétharmada esett ebbe a kategóriába. Míg az alapítói vagyonnak nincs kapcsolata a siker megítélésével, a könyv szerinti vagyonnak igen: a sikeres cégek háromnegyede a magasabb kategóriába esik. Részletesebb bontásokat vizsgálva azonban szembe tűnik, hogy az önmagukat nagyon sikeresnek minősítő cégek a kisebb tőkeerejű vállalatok körében felülreprezentáltak.

Igen erős a kapcsolat a nyereség statikus és dinamikus mutatói, valamint a siker-percepció között. Az összefüggés kézenfekvőnek tűnik, azonban nem mindig van így és a vezetők fejében sokféle sikerkritérium él. Most azonban rögzíthetjük, hogy míg a cégek közel háromnegyede nyereséges, a sikeres vállalatok kilenczede. A nyereséges cégek 70%-a mondja magát sikeresnek, s a nem nyereséges cégek több mint ötöde is. A cégek több mint felében nőtt a nyereség az elmúlt öt évben, a sikeres vállalatok körében ez az arány 70%. Ha a sikertelenség felől közelítünk, úgy az is figyelemreméltóan eltér a cégek átlagától. A nem nyereséges cégek esetében két és félszeres, a nyereség növekedését nem tapasztalók körében pedig másfélszeres volt a cégüket sikertelennek minősítő vezetők aránya.

A siker-percepció átlag fölötti a nagyobb forgalmat bonyolító cégekben, s nem haladja meg az átlagot a beszállítói vállalatok körében. A cégek mintegy harmada érzi az üzleti környezetet biztonságosnak a jelen körülmények között, s körükben felülreprezentált a sikeres cégek aránya. Ezzel szemben a siker-percepció nem mutat összefüggést a cégek közötti bizalmi viszonyok indikátoraival (Whitley et al. 1996).

A feldolgozóipari vállalatok döntő többsége a mikro-és kisvállalati kategóriába tartozik (Czakó et al.1996, Laki 1998). A cégek kevesebb mint negyede foglalkoztat húsz, vagy több alkalmazottat, s körükben a siker-percepció mértéke az átlagot jóval meghaladó. A bérköltség tekintetében azok a cégek mutatkoznak az átlagosnál sikeresebbnek, amelyeknél a relatív bérköltség nem haladja meg a 25 %-ot.

A cégek kétharmadánál dolgozik felsőfokú végzettségű munkatárs, s ezekben a cégekben nagyjából az átlagnak megfelelő a siker-percepció. Ami a részletesebb bontásból kiderül az az, hogy a diplomásokat foglalkoztató cégeknél az átlagost másfélszeresen meghaladó a saját cégük teljesítményét kritikusan értékelő vezetők aránya., Kutató-fejlesztő tevékenységgel foglalkozó munkatárs a cégek 4 %-ában van, s ezért ez a táblastatisztikák tanúsága szerint csupán igen gyenge összefüggést mutat a sikerességgel.

A cégek mintegy felét jellemzi az a rekrutációs stratégia, hogy a vezetők rokonait, illetve régi ismerőseit alkalmazzák. Az ilyen cégek, jóval átlag fölötti része, mintegy kétharmada mondja sikeresnek magát, bár a kiugróan sikeresek említési aránya nem haladja meg az átlagot.

A megkérdezett vezetők mintegy egyharmada nő, körükben a siker-percepció átlagos. Ezzel szemben az átlagot lényegesen meghaladó mértékben gondolják sikeresnek cégüket a negyvenöt évnél fiatalabb vezetők, akiknek aránya egyharmad alatti és a - a vezetők mintegy egynegyedét kitevő - egyetemi végzettségűek. A vezetők kétharmada öt évnél régebben van

pozíciójában, s körükben a siker-percepció az átlagot meghaladó mértékű. Igen erős pozitív kapcsolatot mutat a siker-percepció azzal a vezetői attitűddel, amelyik nem fél a növekedéstől: az ilyen véleményen lévő vezetők több mint kétharmada érzi sikeresnek vállalatát. Hasonlóan fontos hatást gyakorol a siker-percepcióra az emberi erőforrások oldaláról az a mozzanat, hogy van-e az alkalmazottak, illetve tulajdonosok közt idegen nyelven beszélő munkatárs. A cégek mintegy felében van, s további mintegy hetedében tervezik ilyen munkatárs alkalmazását. Azok a cégek, amelyekben van idegen nyelven beszélő munkatárs, az átlagosnál jóval nagyobb mértékben érzik magukat sikeresnek, míg azok a cégek, amelyekben nincs ilyen munkatárs, s nem is tervezik alkalmazását, az átlagos mértéket másfélszeresen meghaladóan bizonyultak sikertelennek.

A cégek több mint fele országos, illetve nemzetközi piaccal rendelkezik, kisebb fele pedig lokális, vagy regionális piackörzetre termel. A piac terjedelme igen erős pozitív kapcsolatot mutat a siker-percepcióval, s különösen a piackörzet dinamikus mutatója kapcsolódik erősen ehhez. Azoknak a cégeknek a körében, amelyek úgy érzik, hogy az elmúlt három évben szűkült a piacuk, az önmagukat sikertelennek érzők aránya az átlagot kétszeresen meghaladta. A vállalatok kétharmada alkalmaz reklámot, s kétötöde folytat piackutatást. Az előbbinek van kapcsolata a siker-percepcióval, az utóbbinak nincs. Az átlagosnál jóval sikeresebbnek érzik magukat az exportáló cégek – amelyek a vállalatok valamivel több mint kétötödét teszik ki -, s különösen azok, amelyekben az export importtartalma meghaladja az öt százalékot: az exportáló cégek valamivel kevesebb mint fele ilyen, s háromnegyedük sikeresnek tartja magát. Szoros összefüggést mutat a siker-percepcióval a vállalati stratégia: azoknak a cégeknek, amelyek egy évnél hosszabb időre terveznek közel háromnegyede mondja magát sikeresnek, míg a rövidebb időtávban gondolkozóknak – s ilyen a cégek többsége - csupán mintegy kétötöde sikeres. A cégek mintegy fele 70 %-osnál jobb kapacitáskihasználtsággal dolgozik, s körükben a siker-percepció az átlagosnál lényegesen jobb. Különösen erős a kapacitáskihasználtság dinamikus mutatói és a sikerpercepció közti kapcsolat: a cégek valamivel több mint harmadában történt ebben az évben kapacitásbővítés, s körükben a sikeres cégek aránya háromnegyedes. A cégek több mint kétötöde tervez kapacitásbővítést a következő évben, s körükben a sikeresek aránya ugyancsak 70 %-ot meghaladó. A cégek közel fele vezetett be új terméket, vagy technológiát ebben az évben, s a sikeres cégek aránya körükben is számottevően felülreprezentált. Különösen erős a kapcsolat a számítógépes-informatikai ellátottság és a siker érzékelése között. A cégek több mint négyötöde rendelkezik számítógéppel, s több mint kétötöde e-mail kapcsolattal is. Az ilyen cégek körében az önmagukat sikeresnek érzők aránya lényegesen felülreprezentált.

II.2.2. A különösen sikeres vállalatok jellemzői

Átlag fölött minősítették magukat sikeresnek a fővárosi cégek, bár mint láttuk a sikeres cégek összességükben a vidéki vállalatok körében voltak felülreprezentáltak. Valamelyest felülreprezentáltak a kiugróan sikeresnek minősített cégek az állami tulajdon és a vállalati kereszttulajdonlás esetében, ám mivel az ilyen cégek aránya csupán 10-10 %-ot tesz ki, a kis

elemszámok miatt a következtetésekkel óvatosan kell bánnunk. Nem ez a helyzet a kisebb vagyonú cégek esetében, mivel azok, bár az átlagnál kevésbé gondolják magukat sikeresnek, a nagyon sikeres cégek aránya körükben az átlagosnál mégis nagyobb. Ez azt jelenti tehát, hogy a kisebb tőkeerejű cégek sikerképe az átlagosnál erősebben szóródik.

2. táblázat.

A vállalatok megoszlása a siker-érzékelés mértéke szerint (%)

Vállalati kategória	Önmagát sikeresnek minősíti-e				Phi (Cramer 's V)
	Sikertelen+	Is-is	Inkább sikeres	Nagyon sikeres	
A vállalat telephelye: Budapest	7.9	40.1	39.9	12.1	.15*
Vidék	7.5	33.9	53.0	5.6	
Ágazat: könnyűipar	10.0	43.3	40.9	5.7	n.s.
egyéb iparág	6.6	32.9	51.6	8.8	
Az ágazaton belül fontosak-e megítélésük szerint: Igen	2.2	26.4	61.4	10.0	.33
Nem	12.6	45.0	35.5	5.9	
Magántulajdonban van-e a cég: igen	7.8	35.9	48.8	7.5	n.s
nem	6.6	37.6	44.7	11.1	++
Vezetői tulajdonrész van-e a cégben: igen	5.8	33.5	55.8	4.9	n.s.
nem	8.8	37.5	44.2	9.5	
Alkalmazotti tulajdonrész van-e a cégben: igen	5.3	37.3	49.9	7.6	n.s.
nem	9.5	35.2	47.3	8.0	
Más vállalat, bank tulajdonában van-e a cég: igen	7.4	40.7	37.7	14.2	n.s.++
nem	7.7	35.5	49.7	7.1	
Tulajdonos külföldi	8.6	23.3	51.7	16.3	.17*
Hazai	6.9	40.1	46.4	6.5	
Alapítói vagyon: -4 millió Ft	6.8	38.9	45.6	8.8	n.s.
5- millió Ft	9.8	29.3	55.2	5.6	
Könyv szerinti vagyon: -4 millió Ft	14.0	44.4	28.6	13.1	.30
5-millió Ft	4.7	32.1	57.9	5.3	
Nyereséges-e: nyereséges	3.5	27.0	58.7	10.8	.45****
nem nyereséges	19.0	59.0	21.7	0.3	
Nyereség az utóbbi öt évben nőtt-e: igen	4.3	24.6	61.7	9.7	
nem	11.8	50.0	32.6	5.6	.33****
Árbevétel: átlag alatt	8.9	43.0	39.5	8.6	.18**
Átlag fölött	6.4	29.2	57.3	7.1	
Beszállító vállalat-e: igen	9.7	32.9	50.0	7.4	n.s.
Nem	6.1	38,6	47,2	8.2	
Jellemezte-e az évet, hogy partnereik nem tettek eleget fizetési kötelezettségeiknek igen	10.9	33.5	47.9	7.7	n.s
nem, v is-is	6.3	36.5	49.8	7.4	
Biztonságos-e szerintük az üzleti környezet: igen	2.8	34.2	51.7	11.3	.15*
Nem	9.7	37.3	46.9	6.1	
Jellemző-e, hogy üzleti partnereiknek szóbeli megállapodás alapján elkezdik a gyártást: igen	3.6	41.5	47.1	7.8	n.s.
nem	9.7	32.9	49.7	7.7	
Alkalmazotti létszám: -19 fő	8.2	39.2	44.6	8.0	.14*
20- fő	6.1	24.4	62.0	7.5	
Béreköltség aránya -24 %	4.6	32.2	53.2	10.0	.16*
25%-	10.6	39.7	43.9	5.8	

2. táblázat (folytatás).

Van-e diplomás a cégnél: igen	12.9	32.9	43.1	11.1	.17**
Nem	5.1	37.6	51.1	6.2	
Van-e kutató-fejlesztő munkatárs a cégnél: igen	2.8	15.7	69.3	12.1	n.s.++
nem	7.9	36.8	47.6	7.7	
A dolgozók egy része a vezetők rokona, ismerőse-e: igen	5.8	30.0	55.7	8.5	.17*
Nem	9.7	42.4	40.9	7.1	
A vezető neve: férfi	7.3	35.4	49.6	7.7	n.s.
Nő	8.9	35.8	46.5	8.7	
A vezető kora: -44 éves	3.0	33.4	56.9	6.7	.15*
45-éves	9.9	38.1	43.4	8.6	
A vezető iskolai végzettsége: középfokú	6.6	42.5	45.0	5.8	.19*
főiskolai	9.5	35.8	49.4	5.3	
egyetemi	7.1	26.9	50.6	15.3	
Igaznak tartja-e, hogy a növekedés kockázatos, mert elveszíthet mindent: igen	11.0	47.6	37.6	3.8	.29****
nem	4.8	26.2	57.7	11.3	
Mióta van jelenlegi pozíciójában-1994	7.2	32.0	51.1	9.8	.16*
1995-	9.0	45.5	41.4	4.1	
Van-e a cégnél idegen nyelven beszélő munkatárs: nincs, nem is tervezik	12.0	45.0	39.2	3.8	.29****
Nincs, de tervezik, hogy lesz	2.8	39.7	52.3	5.2	
Van	5.9	27.0	55.1	12.0	
Reklámköltség van-e: igen	5.6	34.5	50.0	9.9	.16*
nem	11.7	39.1	45.4	3.8	
Marketing van-e: igen	4.5	34.9	50.3	10.4	n.s.
Nem	9.7	36.8	47.3	6.2	
Exportál-e: igen	9.2	24.9	57.5	8.5	.20**
Nem	6.6	44.1	41.9	7.4	
Az export importtartalma : 5%-	5.1	19.5	65.4	10.0	.19**
-4 %	8.3	40.0	44.4	7.3	
Piacörzet: lokális, regionális	10.0	41.4	46.4	2.2	.21***
országos, nemzetközi	5.8	31.8	50.0	12.3	
Piacuk szűkült, vagy bővült az utóbbi három évben: szűkült	19.5	43.0	32.2	5.4	.45****
Bővült	2.0	17.6	67.5	12.9	
Nem változott	4.5	50.4	40.5	4.5	
Számítógéppel rendelkeznek-e : igen	5.3	32.3	52.9	9.5	.30****
nem	17.6	56.6	25.8	-	
E-mail kapcsolattal rendelkeznek-e : igen	5.3	21.6	60.2	12.9	.31****
nem	9.0	47.5	39.6	4.0	
Kapacitáskihasználtság -70%	12.9	40.0	39.5	7.6	.24****
71%-	2.4	32.0	57.5	8.1	
Történt-e kapacitásbővítés idén: igen	2.2	23.8	58.8	15.2	.32****
nem	11.0	43.7	41.8	3.4	
Terveznek-e kapacitásbővítést a következő évben: igen	0.4	28.5	60.9	10.2	.32****
nem	13.6	42.4	38.0	6.0	
Új termék ,technológia, termék került-e bevezetésre ebben az évben: igen	12.1	45.1	35.9	6.9	.29****
Nem	2.8	26.8	61.2	9.1	
A tervezés időhorizontja -1 év	10.5	47.2	36.9	5.4	.31****
2- év	4.2	22.6	62.3	10.8	

Szignifikancia: * =.05, **=.01, ***=.001, ****=.0001

+ az inkább sikertelen és nagyon sikertelen válaszok együtt

++ kis elemszám

A nem nyereséges cégek körében gyakorlatilag nincs olyan, amelyik önmagát nagyon sikeresnek minősítené. A nyereség és a sikerképzet között igen erős, noha nem

determinisztikus a kapcsolat. Az átlagot jóval meghaladó a vállalatuknak nagyon sikeres minősítést adó vezetők aránya azok körében, akik biztonságosnak érzik üzleti környezetüket, illetve azoknál a cégeknél, amelyeknél vannak diplomás munkatársak. Ez utóbbi esetben tehát ismét az átlagosnál nagyobb szóródást figyelhetünk meg a sikeresség megítélésében.

Kiugróan magas a cégüket nagyon sikeresnek minősítők aránya az egyetemi diplomával rendelkező vezetők között, valamint azoknál a vállalatoknál, amelyekben bővítették a kapacitásokat az előző évben. Ezzel szemben az átlagos felét sem éri el a nagyon sikeres említés relatív gyakorisága azoknál a cégeknél, amelyekben nincs idegen nyelven beszélő munkatárs, s nem is tervezik ilyen alkalmazását, amelyek kockázatosnak tartják a növekedést, amelyek nem költenek reklámra, s amelyek helyi, vagy regionális piacra termelnek. Ezzel szemben azok a cégek, amelyekben van idegen nyelven tudó munkatárs, amelyek országos, vagy nemzetközi piacokon vannak jelen, amelyeknek piackörzete az utóbbi években bővült, s amelyek rendelkeznek e-mail kapcsolattal, az átlagosnál másfélszer gyakrabban minősítik cégüket nagyon sikeresnek.

II.2.3. A sikertelen cégek jellemzői

A vezetők mintegy 8 %-a mondja cégét sikertelennek. Közel két és félszer ennyien minősítik sikertelennek a vállalatot azok körében, akik nem realizáltak nyereséget, illetve akiknek piackörzete az utóbbi években szűkült. Ugyancsak magas, a másfélszerest meghaladó a céget sikertelennek minősítők aránya a kisebb tőkeerejű vállalatok és a diplomás alkalmazottal bíró cégek esetében. Mind a gazdasági, mind pedig a kulturális tőke esetében megfigyelhető tehát az a hatás, hogy a cégek egy kategóriáján belül a vélemények polarizáltan jelennek meg, s ezt a hatást az átlagok és összevonások gyakran elfedik. A kis tőkeerejű cégek, valamint a diplomás alkalmazottal bíró cégek körében mind a nagyon sikeresek, mind pedig a kifejezetten sikertelenek felülreprezentáltak.

A sikertelen önminősítés jelentősen felülreprezentált az átlagosnál alacsonyabb kapacitáskihasználtság esetén, valamint ott, ahol nem terveznek kapacitásbővítést., s ahol nem rendelkeznek számítógéppel, bár ez utóbbi esetben a kis elemszámok miatt óvatosan kell következtetnünk. Ugyancsak nagyobb a sikertelenek aránya ott, ahol nem költenek reklámra, nincs idegen nyelven beszélő munkatársuk, s ahol kockázatosnak tartják a növekedést.

Az átlagosnál lényegesen alacsonyabb arányban minősítik cégüket sikertelennek a fiatal vezetők, akiknek piaca, illetve kapacitáskihasználtsága bővült, vagy ez utóbbi bővítését tervezik. Az átlagosnál jóval alacsonyabb a sikertelen minősítés azok körében akik biztonságosnak minősítik üzleti környezetüket, illetve azok között, akik bízva partnereikben szóbeli megállapodás alapján is elkezdik a gyártást.

II.2.4. Miben méri a sikert a vezető?

Mikor saját szavaikkal kellett elmondaniuk, hogy miben méri a sikert, 2000-ben a vezetőknek mintegy ötöde említette első helyen a nyereséget a sikerkritériumok között, s mintegy további hetede a likviditás megőrzését. További mintegy tizedük az árbevétel, a forgalom megőrzését, növelését, hatodik a piaci kapcsolatokat, az exportot, a vevőkör bővítését hozta fel. Ezzel szemben mintegy negyedük a kapacitáskihasználtságot, a megrendelések mennyiségét említette, s további mintegy hatodik a szakmai színvonalban, beruházásban, növekedésben, létszámban mérte elsődlegesen a sikert.

Azok a vezetők, akik elsődlegesen pénzügyi és piaci terminusokban szemlélik a sikert 2000-ben összességében mintegy 60 %-ot tettek ki, s felülreprezentáltak a nyereséges vállalatok körében. Azok, akik a kapacitásban, növekedésben, tehát elsődlegesen naturális, technikai terminusokban gondolkoznak, ezzel szemben többségben voltak a nem nyereséges vállalatok körében. 2000-ben szignifikánsnak bizonyult az összefüggés aközött, hogy a vállalat nyereséges-e és a vezetők elsődlegesen miben méri a sikert. (Ha nem csupán az első, hanem az első három említést együtt szemléljük, az összefüggés változatlanul fennáll, de érthető okokból gyengébb lesz, mivel a kombinált válaszokban többfajta motívum felbukkanhat. Ezért itt az első válaszok elemzésére korlátozzuk magunkat.)

Bonyolultabb az összefüggés aközött, hogy sikeresnek tartják-e cégüket a vezetők és, hogy miben méri a sikert. Azok akik elsődlegesen pénzügyi, piaci terminusokban gondolkoznak felülreprezentáltak a sikeres cégek körében. A vállalati sikerről naturális terminusokban gondolkozó vezetők ugyancsak felülreprezentáltak a nem sikeres cégek körében, ám ezek közt is összességében többségben vannak azok, akik a sikert pénzügyi és piaci terminusokban gondolják el.

3. táblázat.

A vállalatok és a sikert pénzügyi-piaci terminusokban mérő vállalatok megoszlása vállalati kategóriák szerint

Vállalati kategória	A vállalatok megoszlása (%)	A sikert pénzügyi-ill. piaci terminusokban mérő vállalatok megoszlása (%)	Phi (Cramer's V)	N
A vállalat telephelye: Budapest	37.5	39.1	n.s.	122
Vidék	62.5	60.9		204
Ágazat: könnyűipar	31.7	27.1	.12*	103
egyéb iparág	68.3	72.9		223
Az ágazaton belül fontosak-e saját megítélésük szerint: i	50.7	51.6	n.s.	164
Nem	49.3	48.4		160
Magántulajdonban van-e a cég: igen	90.6	89.8	n.s.	294
nem	9.4	10.2		31
Vezetői tulajdonrész van-e a cégben: igen	36.3	40.2	n.s.	118
nem	63.7	59.8		208
Alkalmazotti tulajdonrész van-e a cégben: igen	42.1	46.6	.11*	137
nem	57.9	53.4		189
Más vállalat, bank tulajdonában van-e a cég: igen	9.7	12.9	.13*	32
nem	90.3	87.1		294
Tulajdonos külföldi	17.4	14.1	.11*	51
Hazai	82.6	85.9		243
Alapítói vagyon: -4 millió Ft	71.7	73.5	n.s.	234
5- millió Ft	28.3	26.5		92
Könyv szerinti vagyon: -4 millió Ft	31.5	30.8	n.s.	103
5-millió Ft	68.5	69.2		223
Nyereséges-e: nyereséges	73.1	79.0	17***	236
nem nyereséges	26.9	21.0		87
Nyereség az utóbbi öt évben nőtt-e: igen	54.9	52.3	n.s.	179
Nem	45.1	47.7		147
Árbevétel: átlag alatt	48.3	47.4	n.s.	158
átlag fölött	51.7	52.6		168
Beszállító vállalat-e: igen	44.0	47.7	n.s.	143
Nem	56.0	52.3		183
Jellemezte-e az évet, hogy partnereik nem tettek eleget fizetési kötelezettségeiknek igen	26.0	27.8	n.s.	83
Nem, v is-is	74.0	72.2		235
Biztonságos-e az üzleti környezet véleményük szerint: igen	34.8	41.9	.19****	113
Nem	65.2	58.1		213
Jellemző-e, hogy üzleti partnereiknek szóbeli megállapodás alapján elkezdik a gyártást: igen	39.0	36.3	n.s.	127
nem	61.0	63.7		199
Alkalmazotti létszám: -19 fő	78.1	78.0	n.s.	252
20- fő	21.9	22.0		71
Bérköltség aránya -24 %	47.6	45.7	n.s.	155
25%-	52.4	54.3		171
Van-e diplomás a cégnél: igen	66.1	65.3	n.s.	216
Nem	33.9	34.7		110
Van-e kutató-fejlesztő munkatárs a cégnél: igen	3.4	4.5	n.s.	11
nem	96.6	95.5		315
A dolgozók egy része a vezetők rokona, Régi ismerőse-e: igen	47.0	46.1	n.s.	153
Nem	53.0	53.9		173

3. táblázat (folytatás).

A vezető neve: férfi	67.5	68.5	n.s.	216
Nő	32.5	31.5		104
A vezető kora: -44 éves	31.2	30.7	n.s.	101
45-éves	68.8	69.3		222
A vezető iskolai végzettsége: középfokú	38.8	31.6	.20****	125
Főiskolai	35.8	37.7		115
egyetemi	25.4	30.7		82
Igaznak tartja-e, hogy a növekedés kockázatos, mert elveszíthet mindent: igen	44.9	39.6	.13*	146
nem	55.1	60.4		180
Mióta van jelenlegi pozíciójában-1994	68.1	71.1	n.s.	221
1995-	31.9	28.9		103
Van-e a cégnél idegen nyelven beszélő munkatárs: nincs, nem is tervezik	33.9	28.3	.16*	110
Nincs, de tervezik, hogy lesz	15.8	18.2		51
Van	48.2	50.6		157
Reklámköltség van-e: igen	66.9	68.6	n.s.	218
nem	33.1	31.4		108
Marketing van-e: igen	39.4	43.7	.11*	128
nem	60.6	56.3		198
Exportál-e: igen	41.8	41.9	n.s.	136
nem	58.2	58.1		190
Az export importtartalma : 5%-	19.0	19.5	n.s.	62
-4 %	81.0	80.5		264
Piacörzet: lokális, regionális	43.4	42.6	n.s.	142
országos, nemzetközi	56.6	57.4		184
Piacuk szűkült, vagy bővült az utóbbi három évben: szűkült	28.6	25.5	.17*	93
Bővült	38.4	43.8		125
Nem változott	32.1	29.1		104
Számítógéppel rendelkeznek-e: igen	85.5	88.4	n.s.	277
nem	14.5	11.6		47
E-mail kapcsolattal rendelkeznek-e : igen	46.1	52.5	.16****	150
nem	53.9	47.5		175
Kapacitáskihasználtság -70%	49.2	48.9	n.s.	160
71%-	50.8	51.1		166
Történt-e kapacitásbővítés idén: igen	39.1	42.5	n.s.	127
nem	60.9	57.5		198
Terveznek-e kapacitásbővítést a következő évben: igen	48.0	51.5	n.s.	156
nem	52.0	48.5		169
Új termék ,technológia, termék került-e bevezetésre ebben az évben: igen	46.2	46.9	n.s.	149
nem	53.8	53.1		173
A tervezés időhorizontja -1 év	53.3	52.1	n.s.	174
2- év	46.7	47.9		152

Szignifikancia: * =.05, **=.01, ***=.001, ****=.0001

A sikert pénzügyi-piaci terminusokban értelmező vezetők körében felülreprezentáltak azok, akik biztonságosnak tartják üzleti környezetüket, s akik felsőfokú végzettséggel rendelkeznek. A cég társadalmi-kulturális jellemzői közül szignifikáns pozitív kapcsolatot mutat a siker pénzügyi-piaci értelmezésével az, hogy a cégnek van-e e-mail kapcsolata, marketing tevékenysége és idegen nyelven beszélő munkatársa (illetve, hogy tervezik ilyen beállítását). Ugyancsak pozitív a kapcsolat azzal, hogy a piacuk bővült, hogy van alkalmazotti tulajdonrész, illetve intézményi kereszttulajdonlás a cégben. Gyenge szignifikáns negatív

kapcsolatot mutat a pénzügyi-piaci sikerértelmezéssel a külföldi tulajdon, s az, ha a cég a könnyűiparban működik. A részben vagy egészben külföldi tulajdonban lévő cégek vezetői az átlagos egynegyednél jóval nagyobb, kétötödös arányban említették a kapacitáskihasználtság, a megrendelések volumenének tényezőjét a siker elsődleges kritériumaként.

II.3. A siker-érzékelés és a siker-értékelés modelljei

II.3.1. A siker-percepció logisztikus regressziós modellje

A fentebbi elemi táblastatisztikai összefüggések logisztikus regressziós modellekkel kívánjuk ellenőrizni. Ez egyrészt módot ad arra, hogy az aránytalan eloszlásokból következő rejtett hatásokat kezelni tudjuk, másrészt többváltozós összefüggésekbe állítva kiderülhet, hogy bizonyos elemi összefüggések annak tudhatók be, hogy háttérváltozók mind a függő mind pedig a független változóra azonos irányú hatást gyakoroltak.

A siker-percepciót logisztikus regressziós modellel vizsgálva, a függő változót, tehát azt, hogy sikeresnek tartja-e cégét 2000-ben, dichotomizáltuk: a cégüket sikeresnek minősítő vezetők 1-es, mindenki más 0 értéket vesz fel. A magyarázó tényezők közül inszignifikánsnak bizonyultak a terület és az ágazat szempontjai. Ugyancsak jelentéktelennek bizonyult a legtöbb olyan változó, amelyik a vállalat nagyságára utalt: az alkalmazotti létszám statikus és dinamikus mutatói, az árbevétel, s a vagyon mértéke. A tulajdon változói közül csupán annak volt negatív kapcsolata a sikeresség-tudattal, hogy más cég rendelkezik-e tulajdonnal a cégben.

4. táblázat.

A sikeresség-tudatot magyarázó logisztikus regressziós modell 2000-ben

Vállalati kategória	Sikeresnek tartja-e cégét 2000-ben (Sikeresnek tartja cégét-1, nem -0) B Wald Exp(B)		
A vállalat telephelye: Budapest-1, vidék-0	n.s.		
Ágazat: könnyűipar-1, egyéb ipar-0	n.s.		
Fontosnak tartják-e magukat az ágazaton belül: igen-1, nem-0	1.42	14.7	4,13
Más vállalatnak, banknak van-e tulajdona a cégben: igen-1, nem-0	-1,13	3,41	0.32
Magántulajdonban van-e a cég: igen- 1, nem-0	n.s.		
Alkalmazotti tulajdon van-e a cégben: igen-1, nem-0	n.s.		
Tulajdonos külföldi-1, hazai-0	n.s.		
Alapítói vagyon: 5-millió Ft-1,-4 millió Ft-0	n.s.		
Könyv szerinti vagyon: 5millió Ft-1, -4 millió Ft-0	n.s.		
Nyereséges-e: igen-1, nem-0	1.96	.45	7.13
A nyereség bővült-e az utóbbi öt évben: igen-1, nem-0	0.85	5.16	2.34
Árbevétel: 15-millió Ft-1, - 14.9 millió Ft-0	n.s.		
Jellemezte-e az évet, hogy partnereik nem tettek eleget fizetési kötelezettségeiknek igen-1, nem-0	n.s.		
Üzleti környezetüket biztonságosnak tartja-e: igen-1, nem-0	n.s.		
Szöbeli megállapodás alapján is elkezdik a gyártást: igen-1 nem-0	n.s.		
Beszállít-e a vállalat: igen-1, nem-0	n.s.		
Van-e idegen nyelven beszélő munkatárs: igen,v.tervezik-1, nem, nem is tervezik-0	n.s.		
Alkalmazotti létszám: 20- fő-1, -19 fő-0	n.s.		
Az éves létszám az előzőhöz képest: nőtt-1, csökkent-0	n.s.		
Béreköltség aránya 25%-1, -24 %-0	n.s.		
Van-e diplomás a cégnél: igen-1, nem-0	n.s.		
Van-e kutató-fejlesztő munkatárs a cégnél: igen-1, nem-0	n.s.		
A vezető neme: férfi-1, nő-0	n.s.		
A vezető életkora: 45-éves-1, -44 éves-0	-0.82	3.65	0.44
A vezető iskolai végzettsége: felsőfokú-1, középfokú-0	n.s.		
A vezető mióta van jelenlegi pozíciójában1989—1,-1988-0	-0.78	3.71	0.45
Egyetért azzal, hogy a növekedés kockázatos: igen-1, nem-0	-1.34	14.09	0.26
Számítógépük van-e: igen-1, nem-0	n.s.		
E-mail van-e: igen-1, nem-0	0.84	4.99	2.31
Reklámköltség van-e: igen-1, nem-0	n.s.		
Marketing van-e: igen-1, nem-0	n.s.		
Exportál-e: igen-1, nem-0	0.75	5.01	2.12
Az export importtartalma : 5%--1, -4%-0	n.s.		
Piacörzetük: országos, nemzetközi-1, lokális, regionális-0	n.s.		
Piacuk az utóbbi 3 évben: bővült-1, szűkült,vagy nem változott-0	1.04	7.16	2.84
Kapacitáskihasználtság 71%-1, -70%-0	n.s.		
Történt-e kapacitásbővítés idén: igen-1, nem-0	n.s.		
Terveznek-e kapacitásbővítést a következő évben: igen-1, nem-0	0.59	3.15	1.80
Új termék ,technológia ebben az évben: igen-1, nem-0	n.s.		
A tervezés időhorizontja 2 év..1, -1 év-0	10.72	0.36	2.05
Pénzügy-piaci terminusokban méri-e a sikert: igen-1, nem-0	0.65	3.60	1.92
Konstans	-1.62	7.34	
-2LL	210.64		
Modell Khi-négyzet	147.42		
A helyesen besorolt esetek aránya: nem nyereséges (%)	80.00		
A helyesen besorolt esetek aránya: nyereséges (%)	86.36		
A helyesen besorolt esetek aránya: együtt (%)	83.71		

A legjelentősebb hatást a siker-percepcióra 2000-ben az gyakorolta, hogy nyereséges volt-e a cég, vagy sem. Ugyancsak erős hatással volt a siker-tudatra a nyereség dinamikus mutatója, valamint az, hogy piacuk az elmúlt években bővült-e vagy sem, s hogy a vezető a sikert pénzügyi-piaci terminusokban értelmezi-e. Értelemszerűleg szoros összefüggést mutat a siker-percepcióval az, hogy fontosnak tartják-e saját szerepüket az ágazaton belül. Az átlagosnál nagyobb eséllyel mutattak siker-tudatot a hosszabb távra tervező, s az exportáló cégek, valamint azok, amelyek kapacitásaik bővítését tervezték. Ezzel szemben magának a kapacitáskihasználtságnak a mértéke, s az, hogy bővítették-e kapacitásaikat, vagy vezettek-e be új terméket, illetve technológiát, 2000-ben nem gyakorolt hatást a sikerpercepcióra.

Érdekes módon nem befolyásolták a siker-tudatot a vezető és a cég kulturális-társadalmi indikátorai: inszignifikánsnak bizonyult a vezető végzettsége, neme, s a cégnél dolgozó diplomás és kutató-fejlesztő munkatársak léte, valamint a vállalat reklám és marketing tevékenysége is. Külön kérdés, hogy ha a cég számítógépes infrastruktúráját, s a vezetői habitusra utaló változókat is számításba vesszük, milyen eredményre jutunk. Nos, a cégek körében még kevésbé elterjedt e-mail használat fontos pozitív hatást gyakorol a siker-tudatra, míg a nagyon elterjedt számítógép-használat ebben a tekintetben nem differenciál. A növekedést kockázatosnak tekintő vezetői habitus egyértelműen negatív kapcsolatban áll a siker-tudattal. Megemlíthetjük még, hogy a partnerek nem-kooperatív viselkedésére utaló indikátor sem gyakorolt hatást a siker-percepcióra. Szignifikáns, de negatív hatást gyakorolt a siker-tudatra az, ha a vezető újabban, a kilencvenes évek óta töltötte be pozícióját, s az is, ha az idősebb generációhoz tartozott.

II.3.2.A siker-értelmezés logisztikus regressziós modellje

Azt, hogy a vezetők pénzügyi-piaci, illetve naturális-technikai terminusokban mérik-e a sikert legjelentősebben az befolyásolta, hogy üzleti környezetüket biztonságosnak tudják-e, s az, hogy más cégnek van-e tulajdonrésze a cégben. Mint fentebb láttuk e tényező a siker-percepcióval negatív kapcsolatban állt, a pénzügyi-piaci siker-értelmezéssel azonban pozitív kapcsolatot mutat. A vállalati-és banktulajdonban lévő cégek tehát egyszerre hajlamosabbak a sikert a piac és a pénz terminusaiban értékelni, s egyszersmind önmagukat az átlagnál sikertelenebbnek látni.

5. táblázat.

A siker-értelmezést magyarázó logisztikus regressziós modell 2000-ben

Vállalati kategória	Pénzügyi-piaci terminusokban mért a sikert-1, nem -0	B	Wald	Exp(B)
A vállalat telephelye: Budapest-1, vidék-0	n.s.			
Ágazat: könnyűipar-1, egyéb ipar-0	n.s.			
Fontosnak tartják-e magukat az ágazaton belül: igen-1, nem-0	n.s.			
Más vállalat, bank tulajdonos-e a cégben: igen-1, nem-0	1.25	3.98	3.49	
Magántulajdonban van-e a cég: igen-1, nem-0	n.s.			
Alkalmazotti tulajdon van-e a cégben: igen-1, nem-0	n.s.			
Tulajdonos külföldi-1, hazai-0	-1.17	6.84	0.31	
Alapítói vagyon: 5-millió Ft-1, -4 millió Ft-0	n.s.			
Könyv szerinti vagyon: 5millió Ft-1, -4 millió Ft-0	n.s.			
Nyereséges-e: igen-1, nem-0	1.09	7.67	2.98	
A nyereség bővült-e az utóbbi öt évben: igen-1, nem-0	-0.57	2.79	0.57	
Árbevétel: 15-millió Ft-1, -14.9 millió Ft-0	-0.80	5.17	0.45	
Jellemezte-e az évet, hogy partnereik nem tettek eleget fizetési kötelezettségeiknek: igen-1, nem-0	0.94	6.36	2.56	
Üzleti környezetüket biztonságosnak tartja-e: igen-1, nem-0	1.29	12.39	3.64	
Szöbeli megállapodás után is elkezdik a gyártást: igen-1, nem-0	-0.59	3.44	0.55	
Beszállít-e a vállalat: igen-1, nem-0	n.s.			
Van-e idegen nyelven beszélő munkatárs: igen,v.tervezik-1, nem, nem is tervezik-0	0.66	4.01	1.94	
Alkalmazotti létszám: 20- fő-1, -19 fő-0	n.s.			
Az éves létszám az előzőhöz képest: nőtt-1, csökkent-0	n.s.			
Béreköltség aránya 25%-1, -24 %-0	n.s.			
Van-e diplomás a cégnél: igen-1, nem-0	n.s.			
Van-e kutató-fejlesztő munkatárs a cégnél: igen-1, nem-0	n.s.			
A vezető neme: férfi-1, nő-0	n.s.			
A vezető életkora: 45-éves-1, -44 éves-0	n.s.			
A vezető iskolai végzettsége: felsőfokú-1, középfokú-0	0.88	7.15	2.41	
A vezető mióta van jelenlegi pozíciójában1989—1,-1988-0	-0.56	2.77	0.57	
Egyetért azzal, hogy a növekedés kockázatos: igen-1, nem-0	n.s.			
Számítógépük van-e: igen-1, nem-0	n.s.			
E-mail van-e: igen-1, nem-0	0.77	4.86	2.15	
Reklámköltség van-e: igen-1, nem-0	n.s.			
Marketing van-e: igen-1, nem-0	n.s.			
Exportál-e: igen-1, nem-0	n.s.			
Az export importtartalma : 5%--1, -4%-0	n.s.			
Piacörzetük: országos, nemzetközi-1, lokális, regionális-0	n.s.			
Piacuk az utóbbi 3 évben: bővült-1, szűkült, v nem változott-0	0.76	4.66	2.14	
Kapacitáskihasználtság 71%-1, -70%-0	-0.62	3.76	0.54	
Történt-e kapacitásbővítés idén: igen-1, nem-0	n.s.			
Terveznek-e kapacitásbővítést a következő évben: igen-1, nem-0	n.s.			
Új termék ,technológia ebben az évben: igen-1, nem-0	n.s.			
A tervezés időhorizontja 2 év..1, -1 év-0	-0.66	3.85	0.52	
Sikeresen tartja-e a vállalatot: igen-1, nem-0	n.s.			
Konstans	-0.54	0.45		
-2LL	276.91			
Modell Khi-négyszet	68.59			
A helyesen besorolt esetek aránya: nem nyereséges (%)	50.00			
A helyesen besorolt esetek aránya: nyereséges (%)	86.23			
A helyesen besorolt esetek aránya: együtt (%)	73.00			

Akik felsőfokú végzettséggel rendelkeztek az átlagosnál jóval nagyobb eséllyel hajlottak a pénzügyi-piaci értelmezésre. Hasonlóan fontosnak bizonyult, hogy a cég nyereséges volt-e, s a piaca bővült-e az utóbbi években, használtak-e e-mailt, volt-e idegen nyelven beszélő munkatársuk, s, hogy partnereik nem mindig tettek eleget fizetési kötelezettségeiknek. Mindezek a tényezők pozitív kapcsolatban álltak a siker pénzügyi-piaci terminusokban való értelmezésével. Ezzel szemben néhány esetben – így például a nyereség dinamikus mutatója, az üzleti vagyon mértéke és a külföldi tulajdonos léte esetén – az összefüggés negatív irányú e tényezők és a siker pénzügyi-piaci értelmezése között. Hasonlóképpen negatív a kapcsolat a pénzügyi-piaci siker-értelmezés és a tervezés időhorizontja, s a vezetői karrier hossza közt, valamint azzal a tényezővel is, amit a partnerekkel való kapcsolat szorosságának és az üzleti bizalom mértékének megállapítására használhatunk: hogy milyen gyakorisággal kezdik meg a gyártást szóbeli megállapodás alapján. Az ilyen obligáción alapuló magatartás tehát inkább a naturális-technikai siker-értelmezéssel, azon belül is elsősorban a kapacitáskihasználtság tényezőjével mutat rokonságot.

Az ágazat, a település, valamint a cég további kulturális és gazdasági adottságaira utaló változók, csakúgy mint maga a siker-tudat, tehát, az, hogy a vezető sikeresnek tartja-e cégét, nem gyakorolt hatást a modellben a siker-értelmezésre. Mint az előzőekben láttuk, a fordított összefüggés szignifikáns volt, tehát, az, hogy a sikert pénzügy-piaci terminusokban értelmezték, érdemben és pozitív irányban befolyásolta azt, hogy sikeresnek tudták cégüket. Összességében azonban a számításba vett gazdasági és társadalmi- kulturális tényezők gyengébben magyarázták azt, hogy a vezetők miben értelmezik a sikert, mint azt, hogy egyáltalán sikeresnek tudják-e cégüket vagy sem.

II.4. Nyereség és siker

II.4.1. A nyereséges vállalatok jellemzői

A feldolgozóipari vállalatok közel háromnegyede volt nyereséges 2000-ben. (A nem nyereséges cégek közül mintegy kétharmadnyi volt a kifejezetten veszteséges, s egyharmadnyi azoknak a cégeknek az aránya amelyek nullszaldósak voltak.)

Ezen belül a könnyűipari vállalatok kétharmada, a gépipari cégek négyötöde bizonyult nyereségesnek, az összefüggés azonban az ágazatok egészére – csakúgy, mint a Budapest és vidék bontásra - nézve nem szignifikáns.

A cégek kilenczede magántulajdonban van, s ez nem gyakorol hatást a nyereség létrejöttére. Hasonlóképpen nincs érdemi különbség a hazai és a külföldi tulajdonosok között a cég jövedelmezőségét tekintve. Ezzel szemben az alkalmazotti tulajdon, s ezen belül a vezetői tulajdon különösen pozitív kapcsolatban áll a nyereséggel. Ez utóbbit tekintve, a cégek egyharmadot valamelyest meghaladó aránya van vezetői tulajdonban, ezzel szemben a

nyereséges cégek kétötöde, ami másként kifejezve azt jelenti, hogy a vezetői tulajdonban lévő cégek több mint négyötöde nyereséges.

Míg az alapítói vagyonnal a nyereség nem mutat összefüggést, a könyv szerinti vagyonnal és az árbevétel mértékével igen. A kisebb tőkeerejű cégek között a nem nyereségesek aránya az átlagosnál lényegesen magasabb, közel kétötödös, csakúgy mint az átlagosnál kisebb árbevételű cégek körében.

6. táblázat.

A vállalatok és a nyereséges vállalatok megoszlása vállalati kategóriák szerint

Vállalati kategória	A vállalatok megoszlása (%)	A nyereséges Vállalatok	Phi (Cramer's V)	N
A vállalat telephelye: Budapest	35.2	34.2	n.s.	133
Vidék	64.8	65.8		244
Ágazat: könnyűipar	30.5	27.8		114
egyéb iparág	69.5	72.2		263
Az ágazaton belül fontosak-e megítélésük szerint: Igen	50.1	52.4	n.s.	187
Nem	49.9	47.6		186
Magántulajdonban van-e a cég: igen	89.6	90.2	n.s.	39
nem	10.4	9.8		337
A vezetők rendelkeznek-e tulajdonrészrel a cégben: igen	36.6	41.4	.16**	138
nem	63.4	58.6		239
Az alkalmazotti tulajdonrész a cégben: igen	43.2	47.2	.13**	163
nem	56.8	52.8		214
Más vállalatok, bankok tulajdonában van-e a cég: igen	10.3	11.9	n.s.	39
nem	89.7	88.1		339
Tulajdonos külföldi	17.5	16.9	n.s.	60
hazai	82.5	83.1		284
Alapítói vagyon: -4 millió Ft	70.5	71.4	n.s.	111
5- millió Ft	29.5	28.6		266
Könyv szerinti vagyon: -4 millió Ft	31.9	26.6	.18****	120
5-millió Ft	68.1	73.4		257
Sikeresnek tartja-e saját cégét: igen	56.4	69.5	.43****	213
nem	43.6	30.5		164
A nyereség bővült-e az utóbbi öt évben: igen	55.1	66.1	.36****	208
nem	44.9	33.9		170
Árbevétel: átlag alatt	49.2	42.6	.22****	186
átlag fölött	50.8	57.4		192
Beszállító vállalat-e: igen	43.8	44.9	n.s.	165
nem	56.2	55.1		212
Jellemezte-e az évet, hogy partnereik nem tettek eleget fizetési kötelezettségeiknek igen	27.0	24.4	n.s.	99
nem, v is-is	73.0	75.6		267
Biztonságos-e az üzleti környezet szerintük: igen	34.0	35.2	n.s.	128
nem	66.0	64.8		248
Szóbeli megállapodás alapján elkezdik a gyártást: igen	38.9	38.3	n.s.	146
nem	61.1	61.7		230
Alkalmazotti létszám: -19 fő	77.4	75.9	n.s.	292
20- fő	22.6	24.1		85

6. táblázat (folytatás).

Az éves létszám az előzőhöz képest: csökkent	28.9	22.1	.25****	109
nem változott	49.8	55.7		188
nőtt	21.3	22.2		80
Béreköltség aránya –24 %	48.2	54.1	.19****	182
25%-	51.8	45.9		196
Van-e diplomás a cégnél: igen	66.8	64.7	n.s.	252
nem	33.2	35.3		125
Van-e kutató-fejlesztő munkatárs a cégnél: igen	3.7	4.5	n.s.+	14
nem	96.3	95.5		363
A dolgozók egy része a vezetők rokona, ismerőse: igen	50.8	55.2	.14**	192
nem	49.2	44.8		186
A vezető neme: férfi	67.8	68.9	n.s.	251
nő	32.2	31.1		119
A vezető kora: -44 éves	29.3	27.5	n.s.	108
45-éves	70.7	72.5		262
A vezető iskolai végzettsége: középfokú	40.4	40.3	n.s.	151
főiskolai	34.9	34.9		130
egyetemi	24.7	24.8		92
Igaznak tartja-e, hogy a növekedés: igen	46.8	40.8	.20****	177
nem	53.2	59.2		201
A vezető mióta van jelenlegi pozíciójában-1994	67.3	71.6	.15**	251
1995-	32.7	28.4		122
Idegen nyelven beszélő munkatárs: nincs, nem is tervezik	33.8	30.1	.16*	127
nincs, de tervezik	15.4	14.9		58
van	48.3	53.0		182
Reklámkölttség van-e: igen	66.5	66.1	n.s.	251
nem	33.5	33.9		127
Marketing van-e: igen	39.5	39.5	n.s.	149
nem	60.5	60.5		228
Exportál-e: igen	42.2	44.6	n.s.	159
nem	57.8	55.4		218
Az export importtartalma : 5% -	19.2	20.9	n.s.	72
-4 %	80.8	79.1		305
Piacörzet: lokális, regionális	44.0	39.1	.16***	166
országos, nemzetközi	56.0	60.9		211
Piacuk az utóbbi három évben: szűkült	28.2	23.4	.21***	106
bővült	37.7	42.3		142
nem változott	32.2	31.7		121
Számítógéppel rendelkeznek-e: igen	83.5	88.9	.24****	313
Nem	16.5	11.1		62
E-mail kapcsolattal rendelkeznek-e: igen	44.1	49.7	.19***	165
Nem	55.9	50.3		210
Kapacitáskihasználtság -70%	49.9	44.1	.19****	188
71%-	50.1	55.9		189
Történt-e kapacitásbővítés idén: igen	38.8	43.2	.17***	143
Nem	61.9	56.8		233
Terveznek-e kapacitásbővítést a következő évben: igen	44.6	50.0	.17***	168
nem	55.4	50.0		208
Új termék ,technológia	47.1	50.4	.11*	176
	52.9	49.6		198
A tervezés időhorizontja -1 év	54.8	50.4	.14**	207
2- év	45.2	49.6		171

Szignifikancia: * =.05, **=.01, ***=.001, ****=.0001
+ kis elemszám

A vezetői attitűdök közül a siker-percepció, mint láttuk, igen erősen összefügg a nyereség létével, továbbá az is, hogy a vezető kockázatosnak tartja-e a növekedést vagy sem (akik kockázatosnak tartják a növekedést, azok esetében a nem nyereséges cégek aránya kétötödös). Nem gyakorolt érdemi hatást a nyereségre ezzel szemben az, hogy milyen biztonságosnak ítélte meg az üzleti környezetet, mennyire bízott meg partnereiben, vagy mennyire érezte úgy, hogy a partnerek nem tettek időben eleget fizetési kötelezettségeiknek.

A vezetés és az emberi erőforrások további tényezőit számításba véve azt látjuk, hogy az alkalmazotti létszámban mért vállalatnagyság nem döntő a nyereség szempontjából, ezzel szemben az alacsony relatív bérköltség erősen befolyásolja azt. Bár a létszám nem, a létszám dinamikája ugyancsak fontos tényező a nyereség alakulásában: azok a cégek amelyekben az elmúlt évben csökkent a létszám az átlagosnál jóval nagyobb arányban tartoznak a nem nyereséges kategóriába. Ezzel szemben a nyereséges cégek aránya elsősorban nem azoknál felülreprezentált, amelyekben nőtt a létszám, hanem azok körében, amelyeknél nem változott. Nincs hatása sem a vezető korának, sem nemének, sem iskolai végzettségének, sem annak, hogy van-e a cégnél diplomás, illetve kutató-fejlesztő munkatárs (valójában, mint láttuk ez utóbbi csak elenyésző arányban létezik). Ami a vezetői adottságok közül pozitív hatást látszik gyakorolni, az a helyben szerzett rutin: ezt valószínűsíti, hogy azok körében, akik öt évnél nem hosszabb ideje töltik be jelenlegi pozíciójukat a nyereséges cégek aránya jelentősen alacsonyabb az átlagnál. Érdemes megjegyezni továbbá azt az összefüggést, hogy azoknál a cégeknél, amelyekben a dolgozók részben vagy egészben a vezetők rokonságából, vagy régi ismeretségi köréből kerültek ki, az átlagosnál nagyobb volt a nyereséges cégek aránya.

Bár a marketing, a reklám és az export nem gyakorol hatást a nyereség meglétére, a piac, a stratégia és az innováció más tényezői igen jelentősen befolyásolják azt. Szemben az átlagos csaknem háromnegyeddél, a kisebb piaci körzetre - helyi, vagy regionális piacra – szállítók kevesebb mint kétharmada volt nyereséges, s ennél is alacsonyabb 60 %-os volt azoknak az aránya akiknek piaca az utóbbi három évben szűkült. Jelentős, négyötödöt meghaladó volt a nyereségesek aránya azoknak a körében, amelyekben a cég bővítette kapacitásait, vagy tervezte azt, s nagy kapacitáskihasználtsággal dolgozott.

Az egy évnél hosszabb távra tervező cégek esetében a nyereségesek aránya ugyancsak közel kétötödös volt. A számítógéppel rendelkező cégek nem voltak számottevően nagyobb arányban nyereségesek, mint az átlag, ezzel szemben azok, amelyek nem rendelkeztek számítógéppel fele részben a nem nyereséges kategóriába tartoztak. Az e-mail kapcsolat léte érzékelhető pozitív, hiánya negatív hatással van a nyereség alakulására.

II.4.2. A nyereséget befolyásoló tényezők modelljei

Első lépésben itt egy logisztikus regressziós modell segítségével azt vizsgáljuk, hogy mely tényezők gyakorolnak befolyást arra, hogy a cég nyereséges-e vagy sem. Ezt követően lineáris regressziós modellel a nyereség-veszteség mértékére hatást gyakorló tényezőket is áttekintjük.

Ami a cég nyereséges voltára utaló modellt illeti, ebben a legerősebb összefüggés azzal a tényezővel mutatkozik, hogy az illető vezető sikeresnek minősíti-e a céget, vagy sem. Ezzel szemben nem mutatkozik szignifikánsnak az a tényező, hogy a sikert pénzügy-piaci terminusokban mérlegelik-e. Az alkalmazotti - benne a vezetői - tulajdon ugyancsak növeli a nyereséges működés esélyeit a modell szerint. Fontos tehát megjegyezni, hogy a nyereség magyarázatában mind a sikeresség tudata, mind pedig az, hogy a cég a vezetők és alkalmazottak tulajdonában van, szignifikáns és pozitív szerepet játszott.

Pozitív hatással volt a nyereséges működésre a nagy árbevétel, ám a nagyobb alapítói vagyonnal rendelkező cégek inkább a nem nyereséges működés esélyeit növelték. Ugyancsak jelentősen csökkentette a nyereséges működés esélyeit az, ha a partnerek nem kooperatív módon viselkedtek. Azon cégek körében, amelyek fontosnak ítélték ágazati szerepüket, valamint amelyek diplomás vezetővel és alkalmazottal bírtak a nyereséges cégek aránya ugyancsak átlag alatti volt. A nagy piackörzet és a vállalati-banki kereszttulajdonlás a nyereséges működést valószínűsítette, csakúgy mint a számítógéppel való ellátottság. Itt tehát azt látjuk, hogy a sikeresség-tudat és a fontosság tudata, amelyek erős összefüggést mutattak, a nyereséges működésre ellentétes hatást gyakorolnak.

Amennyiben a nyereség-veszteség folyamatos változójának logaritmusát tekintjük függőnek, s a magyarázó tényezők esetében sem csupán a dichotomizált, hanem, ahol lehetséges, a folyamatos indikátorokat használjuk, az alábbi regressziós egyenlethez jutunk:

$$Y = 0.02 \cdot F18A - 0.3 \cdot MI - 0.58 \cdot TR + 18.63 \cdot KFLSZ - 0.39 \cdot NT + 0.03 \cdot F28I - 0.01 \cdot F27 + 0.6 \cdot PIACB - 0.57 \cdot SZAKAG01 + 0.32 \cdot FFOKU - 0.02 \cdot SZUL00 + 0.01 \cdot F41 + 0.01 \cdot F18E + 0.34 \cdot PIAC01 + 2.36,$$

ahol Y a nyereség/veszteség természetes alapú logaritmusa, F18A az állami tulajdon aránya (%), MI azok esetében akik a sikert pénzbeli-piaci terminusokban értelmezik 1, egyéb esetben 0, TR azok esetében akik szóbeli megállapodás alapján is megkezdik a gyártást 1, egyéb esetben 0, KFLSZ a kutató-fejlesztő munkatársak aránya (%), NT azok esetében, akik szerint a növekedés kockázatos, mert elveszíthetnek mindent 1, egyéb esetben 0, F28I azoknak a száma, akik a vezető régi ismerőseiként kerültek a céghez (fő), F27 a bérköltség aránya (%), PIACB azok esetében, akiknek a piaca az utóbbi három évben bővült 1, egyéb esetben 0, SZAKAG01 a könnyűipari vállalatok esetében 1, egyéb esetben 0, FFOKU a felsőfokú végzettségű vezetők esetében 1, egyéb esetben 0, SZUL00 a vezető születési éve, F41 az export importtartalma (%), F18E a külföldi tulajdon aránya (%), PIAC01 az országos, illetve nemzetközi piacra szállítók esetében 1, egyéb esetben 0. A regresszió backward módszerrel készült, a kiigazított R négyzet értéke 0.36. A modellekben logikai okokból nem vettük számításba a létszám, az árbevétel és az alaptőke változóit, a korábban számításba vett többi tényező hatása nem szignifikáns.

7. táblázat.

A nyereséget magyarázó logisztikus regressziós modell 2000-ben

Vállalati kategória	Sikeresnek tartja-e magát 2000-ben (Igen-1, nem -0)	B	Wald	Exp(B)
A vállalat telephelye: Budapest-1, vidék-0	n.s.			
Ágazat: könnyűipar-1, egyéb ipar-0	n.s.			
Fontosnak tartják-e magukat az ágazaton belül: igen-1, nem-0	-0.73	2.75	0.48	
Más vállalatnak, banknak van-e tulajdona a cégben: igen-1, nem-0	1.15	2.92	3.16	
Magántulajdonban van-e a cég: igen-1, nem-0	n.s.			
Alkalmazotti tulajdon van-e a cégben: igen-1, nem-0	1.71	14.59	5.54	
Tulajdonos külföldi-1, hazai-0	n.s.			
Alapítói vagyon: 5-millió Ft-1, -4 millió Ft-0	-0.93	4.21	0.39	
Könyv szerinti vagyon: 5millió Ft-1, -4 millió Ft-0	n.s.			
Sikeresnek tartja-e a céget: igen-1, nem-0	2.79	33.51	16.32	
Árbevétel: 15-millió Ft-1, - 14.9 millió Ft-0	1.12	6.21	3.06	
Jellemezte-e az évet, hogy partnereik nem tettek eleget fizetési kötelezettségeiknek igen-1, nem-0	-1.51	12.02	0.22	
Üzleti környezetüket biztonságosnak tartja-e: igen-1, nem-0	n.s.			
Szöbeli megállapodás alapján is megkezdik a gyártást: igen-1, nem-0	n.s.			
Beszállító-e a vállalat: igen-1, nem-0	n.s.			
Van-e idegen nyelven beszélő munkatárs: igen,v.tervezik-1, nem, nem is tervezik-0	n.s.			
Alkalmazotti létszám: 20- fő-1, -19 fő-0	n.s.			
Az éves létszám az előzőhöz képest: nőtt-1, csökkent-0	n.s.			
Béreköltség aránya 25%-1, -24 %-0	n.s.			
Van-e diplomás a cégnél: igen-1, nem-0	-0.90	4.11	0.41	
Van-e kutató-fejlesztő munkatárs a cégnél: igen-1, nem-0	n.s.			
A vezető neme: férfi-1, nő-0	n.s.			
A vezető életkora: 45-éves-1, -44 éves-0	1.26	9.31	3.53	
A vezető iskolai végzettsége: felsőfokú-1, középfokú-0	-0.72	2.93	0.49	
A vezető mióta van jelenlegi pozíciójában1989—1,-1988-0	n.s.			
A növekedés kockázatos, mert elveszíthet mindent: igen-1, nem-0	n.s.			
Számítógépük van-e: igen-1, nem-0	1.46	8.78	4.30	
E-mail van-e: igen-1, nem-0	n.s.			
Reklámköltség van-e: igen-1, nem-0	n.s.			
Marketing van-e: igen-1, nem-0	n.s.			
Exportál-e: igen-1, nem-0	n.s.			
Az export importtartalma : 5%--1, -4%-0	n.s.			
Milyen piacörzetük van: országos, nemzetközi-1, lokális, regionális-0	1.45	11.79	4.26	
Piacuk az utóbbi három évben: bővült-1, szűkült,vagy nem változott-0	n.s.			
Kapacitáskihasználtság 71%-1, -70%-0	n.s.			
Történt-e kapacitásbővítés idén: igen-1, nem-0	n.s.			
Terveznek-e kapacitásbővítést a következő évben: igen-1, nem-0	n.s.			
Új termék ,technológia ebben az évben: igen-1, nem-0	n.s.			
A tervezés időhorizontja 2 év..1, -1 év-0	n.s.			
Pénzügyi-piaci terminusokban méri-e a sikert: igen-1, nem-0	n.s.			
Konstans	-2.22	10.55		
-2LL	187.72			
Modell Khi-négyszet	115.15			
A helyesen besorolt esetek aránya: nem nyereséges (%)	57.97			
A helyesen besorolt esetek aránya: nyereséges (%)	94.33			
A helyesen besorolt esetek aránya: együtt (%)	84.79			

Azt látjuk a modellből, hogy több tényező is negatívan befolyásolja a nyereség alakulását: ilyenek a magas relatív bérköltség, a növekedéstől való félelem, a szóbeli megállapodásokra alapozott üzleti kapcsolat, a vezető fiatal életkora és gyenge negatív kapcsolatot mutat az is, ha a sikert pénzügyi-piaci terminusokban mérik. Látható továbbá az is, hogy, ha ezekre a tényezőkre kontrollálunk a kutató-fejlesztő munkatársak aránya nem negatív, hanem éppenséggel jelentős pozitív hatást gyakorol a vállalat nyereségére. Hasonlóan inkább a hasznot növeli, ha a vezető diplomás, ha a munkatársak közül többen a régi ismeretségi körből kerülnek ki, ám a rokonsági kör jelenlétének hatása a nyereségre inszignifikáns. A piac terjedelme és bővülése, az állami és a külföldi tulajdon egyaránt növeli a nyereséget. Az átlagosnál profitábilisabbnak mutatkoznak a nehézipari cégek és azok, amelyek nem csupán exportálnak, hanem importálnak is termékeikhez.

II.4.3.A nyereség és siker közötti kapcsolat 1993-ban és 2000-ben

2000-ben, mint láttuk, a mintánkban szereplő feldolgozóipari vállalatok mintegy háromnegyede nyereséges volt, 1993-ban ezzel szemben még csak kevesebb mint kétötöde realizált nyereséget.

8. táblázat.

A nyereséges és sikeres vállalatok megoszlása 1993-ban és 2000-ben (%)

Nyeréséges-e a vállalat az adott évben	Sikeresnek minősíti-e magát a vállalat az adott évben							
	1993				2000			
	Nem sike-res	Siker-es	Együtt	N	Nem sike-res	Siker-es	Együtt	N
Nem nyereséges	70.2	50.9	61.8	309	49.3	10.7	27.5	104
Nyeréséges	29.8	49.1	38.2	191	50.7	89.3	72.5	273
Együtt	56.5	43.5	100.0		43.6	56.4	100.0	
Phi	.20****				.43****			

1993-ban a nyereség és a siker-percepció közti kapcsolat szignifikáns, de gyengébb volt. A cégek kevesebb mint kétötöde realizált nyereséget, s az önmagukat sikeresnek minősítő vállalatoknak is csupán a fele tartozott ebbe a kategóriába. Ezzel szemben az önmagukat nem sikeresként jellemző cégek – amelyek ekkor többségben voltak - döntő részben a nem nyereséges vállalatok közül kerültek ki. A recesszió idején tehát különösen a sikerhiány és a nyereség hiánya, ezek összekapcsolódása jellemezte a vállalati vezetők gondolkodását.

A nyereséges vállalatok arányának igen jelentős növekedése önmagában kulcsa lehet a nyereség és siker közötti kapcsolat magyarázatának. Egy olyan esetben, amelyben a piaci szereplők jelentős része realizálni tudja a nyereséget, a nyereség és a siker-percepció közti kapcsolat erőssé válik. A nyereséges cégek sikeresnek gondolják magukat, s a sikeres vállalatok döntő többsége a nyereséges cégek közül kerül ki. Pontosan ez jellemzi a 2000-re kialakult helyzetet: a cégek több mint fele gondolta magát sikeresnek, s ezek kilencven százaléka nyereséges volt. Ezzel szemben a sikertelenség és a nyereség hiánya között

gyengébb volt a kapcsolat, mivel az önmagukat nem sikeresnek minősítő cégek fele is realizált valamiféle nyereséget.

II.5. Összegzés

A kilencvenes évek első felében a cégek több mint fele sikertelennek minősítette saját működését, 2000-ben több mint fele sikeresnek. Akkor a cégek közel kétötöde realizált nyereséget, most közel háromnegyede. Míg az évtized elején a siker-tudat és a nyereség között gyenge pozitív kapcsolat volt, most a kapcsolat igen erős: a nyereség a vállalati siker-tudat legfontosabb tényezője. Emellett jelentős pozitív hatást gyakorolt a siker-percepcióra, ha a cég piaci bővültek, ha a tervezés időhorizontja tágabb volt, s rendelkezett számítógépes információs technikával. Az attitűd változók közül csökkentette a siker-tudatot, ha a vezető a növekedést aggályosnak látta, ezzel szemben jelentősen növelte, ha cégét a szakmában egyébként is fontosnak ítélte, s ha a vállalati sikert elsősorban pénzügyi-piaci terminusokban értelmezte.

A sikert igen sokféle módon értelmezték a vezetők. Azt, hogy ezek közül elsősorban pénzügyi-piaci terminusokat használtak-e, vagy természetes-technikai terminusokat a vállalati siker értelmezésére, elsősorban attól függött, hogy felsőfokú végzettséggel rendelkeztek-e, hogy biztonságosnak tudták-e üzleti környezetüket, hogy piacuk bővült-e, s, hogy jók voltak-e a cég kulturális adottságai (egyebek közt például, hogy volt-e idegen nyelven beszélő munkatársuk, s bekapcsolódtak-e a számítógépes levelező rendszerbe).

Az önmagukat kiugróan sikeresnek minősítő cégek (minden tizenkettedik volt ilyen) jó eséllyel kerültek ki az olyan, kapacitásaikat és piacaikat dinamikusan bővítő, kisebb tőkeerejű vállalkozások közül, amelyek kedvező személyi adottságokkal rendelkeztek, voltak kutató-fejlesztő munkatársaik és diplomás vezetőik.

Az önmagukat sikertelennek látó cégek ugyancsak átlag felett kerültek ki a kisebb tőkeerejű vállalkozások közül, amelyek azonban nem voltak nyereségesek, kapacitásaikat és piacaikat nem bővítették, személyi és infrastrukturális adottságaik kedvezőtlenek voltak. Megjegyzendő, hogy a diplomás munkatársakkal rendelkező cégek aránya mind a kiugróan sikeres, mind pedig a sikertelen cégek között felülreprezentált volt.

Azt, hogy a cég egyáltalán nyereségesen működött-e, vagy sem, jelentősen befolyásolta az alacsony relatív bérköltség, a nagy és dinamikusan bővülő piackörzet és kapacitáskihasználtság, a kedvező kulturális-informatikai adottságok együttese, valamint az, ha az alkalmazottak és vezetők rendelkeztek tulajdonrészrel a cégben. A vezetők sikeresség-tudata kiemelkedően erős pozitív kapcsolatban állt a cég nyereséges működésével. A nyereség mértékére egyebek közt a kutató-fejlesztő munkatársak aránya, s a vezető adottságai: kora, iskolai végzettsége, kapcsolatrendszere és attitűdjei gyakoroltak érzékelhető hatást.

Irodalom

- Berger, Brigitte (ed.) (1991), *The Culture of Entrepreneurship* ISC Press, San Francisco, Cal.
- Chell, Elizabeth-Haworth Jean-Brearily Sally (1991) *The Entrepreneurial Personality*, Routledge, N.Y.-London
- Czakó Ágnes-Kuczi Tibor-Lengyel György-Vajda Ágnes (1996), A kisvállalkozások néhány jellemzője a 90-es évek elején, in: Lengyel György (szerk.), *Vállalkozók és vállalkozói hajlandóság*, BKE, Bp., 85-115.o.
- Kuczi Tibor (2000) *Vállalkozók és társadalmi környezet*, Replika Kör, Bp.
- Laki Mihály (1998) *Kisvállalkozás a szocializmus után*, Közgazdasági Szemle Alapítvány, Bp.
- Lengyel György (1998) A gazdasági siker vállalati értelmezéséről *Külgazdaság*, 4. sz.
- Lengyel György (1999) Social capital and entrepreneurial success: the case of the Hungarian small enterprises in 1993-1996, in: Michael Thomas (ed.) *Institution, Lebenswelt und ökonomische Rationalität* (II), BISS Public, Berlin
- Miner John B. (1997) *A Psychological Typology of Successful Entrepreneurs* Quorum Books, Westport, Connecticut
- Tóth, Lilla (1997) Vállalkozói karrierék és kapcsolathálók egy nagyközségben in: Lengyel, György (szerk.), *Megszűnt és működő vállalkozások, 1993-1996* Bp. MVA, pp. 103-122.
- Váriné Szilágyi Ibolya-Solymosi Zsuzsa (szerk.) (1999) *A siker lélektana. Szociálpszichológiai és szociológiai tanulmányok a sikerről*. Új Mandátum K. Bp.
- Whitley, Richard-Jeffrey Henderson-Laszlo Czaban-Gyorgy Lengyel (1996), Trust and Contractual Relations in an Emerging Capitalist Economy: The Changing Trading Relationships of Ten Large Hungarian Enterprises, in: *Organization Studies*, No.3., 397-420. o.

III. A vállalati stratégiák átalakulása

(Janky Béla)

III.1. Bevezetés

Az alábbi tanulmányban azt a kérdést vizsgáljuk, hogy milyen mértékben közeledtek a hazai feldolgozóipari vállalkozások stratégiáinak jellemzői a piacgazdaságokban általánosan jellemző mintákhoz. A vizsgálat során közvetlen nemzetközi összehasonlításra nem volt mód. A változások tendenciáit és néhány alapvető jellegzetességet vettünk szemügyre. A piacgazdaságokban jellemző szervezeti viselkedési minták alábbi tanulmány szempontjából fontos sajátosságait a nemzetközi elméleti és empirikus szakirodalom alapján határoljuk körül. Célunk közelebb jutni annak a kérdésnek a megválaszolásához, hogy a hazai iparvállalati kör képes-e a közeljövőben a nyugat-európai és észak-amerikai mintákat követő fejlődési pályára állni, és alkalmazhatók-e a gazdaságpolitika előbb említett gazdaságokban használatos eszközei.

Mindazonáltal a dolgozat nem közvetlenül gazdaságpolitikai orientáltságú. Bizonyos tények feltárására teszünk kísérletet a Vállalati Panel adatai alapján. Fontosnak tartjuk továbbá kiemelni, hogy az alábbiakban csak bizonyos részproblémák tárgyalására kerül sor. Az elemzés a zárótanulmány többi írásával együtt nyújt megfelelő háttérinformációkat a gazdaságpolitikai munkához.

Az alábbiakban egyrészt röviden áttekintjük a stratégiák változásának néhány általános kérdését. Másrészt megpróbálunk körülhatárolni – amennyiben létezik -, egy olyan vállalati kört, mely a klasszikus piacgazdasági viszonyoknak nem megfelelő fejlődési pályát mutat. Elsőként a vizsgálat alapjául szolgáló elméleti kutatások eredményeibe nyújtunk rövid betekintést. Ezután ismertetjük, hogy a Vállalati Panel kutatási programja során milyen általános eredményekre jutottunk eddig a vállalati stratégiák átalakulási tendenciáival kapcsolatban. A következő részben a vállalati viselkedés néhány alapelemének változását mutatjuk be az évtized eleji és a legfrisebb adatok felhasználásával. Végül megvizsgáljuk, létezik-e az iparvállalatoknak egy, a családi körbe és helyi közösségbe beágyazott, nem tisztán a klasszikus kapitalista elveken működő csoportja, melynek növekedési potenciálja és hosszabb távú versenyképessége megkérdőjelezhető.

III.2. Átmenet és átalakulás: A gazdasági szereplők magatartásának kétféle megközelítése

A vállalati magatartás gazdasági átalakulás során bekövetkezett változásait többféle elméleti megközelítés alkalmazásával vizsgálják a kutatók. Ezek közül az alábbi elemzés céljainak megfelelően kettőt emelünk ki. Az egyik megközelítés az intézményi közgazdaságtan logikáját alkalmazza a gazdasági változások elemzésekor. A másik egyfajta történeti-szociológiai személelmód fontosságát hangsúlyozza. Mindkettő tartalmaz olyan értékes gondolati elemeket, melyeket érdemes beépíteni a hazai gazdasági változások vizsgálatába.

Az *intézményi közgazdaságtan* többek között azt vizsgálja, hogy egy adott típusú gazdasági tevékenység milyen szervezeti formák között működik optimálisan, illetve adott szervezeti-intézményi keretek között miképpen viselkednek a gazdaság szereplői. A megközelítésmód nagymértékben támaszkodik evolucionalista és funkcionista érvelésekre, és többnyire nyitva hagyja magyarázataiban az általa meghatározott optimális reakciók kialakulási mechanizmusainak a kérdését. A megfigyelhető vállalati viselkedésminták többféle folyamat eredményeképpen alakulhatnak ki.

- a) Lehetséges, hogy a vizsgált szituációban lévő gazdasági szereplők átlátták az intézményi keretek által kínált lehetőségeket és korlátokat, és ennek megfelelően racionális kalkuláció segítségével alakították ki tranzakcióik optimális sajátosságait.
- b) Az is előfordulhat, hogy a szituáció komplexitása és a gazdasági szereplők hiányos informáltsága nem teszi lehetővé az egyének számára a kutató által meghatározott optimális viselkedési formák elvi felismerését, a szituáció logikájának pontos átlátását. Azonban ekkor is előfordulhat, hogy a környezet által nyújtott információk egyes magatartásminták sikerességéről lehetővé teszik, hogy anélkül alkalmazzák a megfelelő stratégiákat, hogy tudnák, miképpen segítik ezek elő a gazdasági sikert.
- c) Az evolúciós érvelések által megengedett harmadik mechanizmus azt feltételezi, hogy a szuboptimális viselkedésmintákat mutató szereplők a piaci körülmények között sikertelenek lesznek, és kiszelektálódnak a piacról. A szelekció működhet drasztikus módon, a nem megfelelő stratégiát követő szereplők csődjei és az optimálishoz közeli magatartási jellegzetességeket felmutató vállalkozók túlélése révén. Ugyanakkor lehetséges, hogy emellett a "jól viselkedő" cégek növekedése révén terjednek az optimális viselkedési minták.

A klasszikus intézményi közgazdaságtan megközelítésmódja nagy hatással volt a Kelet-Közép-Európában zajló változások elemzőire, és dominálta a gazdaságpolitikai tanácsadásban részt vevő nemzetközi intézmények szakértőinek gondolkodását. Ennek a paradigmának a keretein belül értelmezhető megfelelően az *átmenet* (transition) fogalma. Az átmenet során a politikai- és gazdaságsszabályozó intézmények valamint a törvényi keretek megváltozásának hatására fokozatosan kirajzolódnak a piacgazdaságok követelményeinek megfelelő magatartási minták.

A problémakörrel foglalkozó hazai és nemzetközi irodalom ugyanakkor megosztott abban a kérdésben, hogy milyen gyorsan alkalmazkodnak a gazdaság szereplői az új viszonyokhoz (Laki, 1994). Az viszonylag általános megfigyelés volt, hogy a vállalati viselkedés nem hasonult egy-két év alatt a piacgazdasági viszonyok között megszokotthoz. Inkább egyfajta kivárás, a problémák megoldásának halogatása jellemezte a gazdálkodó szervezeteket (Laki, 1992, 1993, 1994; Hoványi, 1995a; Török, 1994; Szanyi, 1998), vagy éppen visszakanyarodás a 80-as években megszokott mintákhoz (Voszka, 1996). Ennek okaként többféle tényezőt is megemlítenek. Egyrészt: hiába új az intézményi környezet, azt csak a régi alatt felhalmozott tudás és értékek alapján működtetik. Másrészt: túl gyors változások idején a vállalatok csak rövid távú alkalmazkodásra tudnak figyelni, ezért késhet az új magatartásminták átvétele (Laki, 1994). Lényeges tényező, hogy az átalakulóban lévő gazdaságokat sújtó transzformációs visszaesés (Kornai, 1993) sajátos jelleget ad a vállalati válságoknak is (Hoványi, 1995a). Sokkal kevésbé lehet kitörési pontokat találni ilyen körülmények között - kevesebb tere van az offenzív válságmenedzselésnek. Van, aki szerint ennek megfelelően tudatosan tevékenykedtek "takaréklángon" a cégek a 90-es évek első felében, így tudtak legjobban alkalmazkodni a kedvezőtlen körülményekhez, és felkészülni a megoldást kínáló privatizációra (Török, 1994). Grosfeld és Roland szintén inkább tudatos stratégia részének tartja a tipikus piacgazdasági stratégiák alkalmazásának késleltetését (Grosfeld-Roland, 1995). Az alkalmazkodás két szakaszát különböztetik meg: először passzívan reagálnak a cégek, majd amikor látják, hogy nem kapnak segítséget, és az új struktúrák tartósak lesznek, elkezdnek az új körülményeknek megfelelően manőverezni. Mások szerint a vállalatvezetők válságmenedzselési ismereteinek hiánya is lassítja az offenzívebb jellegű válságstratégiák terjedését (Hoványi, 1995b). Az évtized második felében születtek olyan kutatási eredmények, melyek arra utalnak, hogy a magyar (nagy)vállalati szektor túl van a "tanulási" vagy "defenzív" időszakán (Szalai, 1997; Kovách-Csiz, 1999). A kérdéssel foglalkozó kutatók elemzései alapján nem adhatunk egyértelmű választ arra, hogy miképpen, és milyen sebességgel zajlik le az alkalmazkodás a piacgazdasághoz a vállalati szférában.

Vannak azonban olyanok, akik elvetik azt a szemléletmódot, melyben az átalakuló gazdaságok sajátosságait vetik össze egy "ideális" piacgazdaság képével, és az előbbi hosszú távú közeledését feltételezik az utóbbihoz (Grabher-Stark, 1996, Czeglédy, 1996). Ezek a kutatók a változások és kialakuló intézmények és tipikus magatartási minták útfüggőségére hívják fel a figyelmet. Kiemelik, hogy a közgazdaságtan által adott szituációra meghatározott szervezeti és viselkedési sajátosságok nem általános érvényűek, és leginkább abban a kultúrkörben érvényesek, melyben ezek a modellek megszülettek. A kutatók ugyanis implicit módon építik be a leegyszerűsítések folyamán saját kultúrájuk sajátosságait az elméleteikbe. Nem határozhatók meg egy adott gazdasági tranzakció folytatásának optimális szervezeti és stratégiai keretei, mivel a különböző társadalmakban más-más hatása van egy-egy viselkedési sajátosságnak. Klasszikus példának tekinthető az üzleti irodalom távol-keleti menedzsment módszerek iránti lelkesedése Japán és a "Kis Tigrisek" gyors fejlődésének időszakában, majd e módszerek bukása a nyugati társadalmi közegben.

Az imént tárgyalt megközelítés hívei kevésbé preferálják az *átmenet* fogalmát a volt szocialista országokban zajló gazdasági változások leírására. Úgy gondolják, hogy az

általánosabban hangzó *átalakulás* (transformation) terminusát lehet csak használni, mivel nem tudható előre, hogy milyen sajátosságokkal rendelkezik majd az a rendszer, amely fokozatosan kialakul, és egyáltalán csökken-e a közeli jövőben a változások mértéke.

Számunkra a vizsgálataink során az intézményi közgazdaságtan szemléletmódja tekinthető termékeny kiindulópontnak. Jól meghatározható predikciókat fogalmazhatunk meg elméleteinek segítségével arra vonatkozóan, hogy milyen viselkedésmintákat kellene megfigyelni egy, a nyugati világ fejlődési pályájára történő rácsatlakozást jelentő sikeres átmenet követően. Ugyanakkor szükségesnek látjuk, hogy megvizsgáljuk azt is, hogy megfigyelhetők-e olyan tendenciák, melyek arra utalnak, hogy a klasszikus piacgazdasági viszonyoknak nem megfelelő gazdálkodási minták is hosszabb távon fennmaradnak. Az erre vonatkozó elemzés nem merülhet ki abban, hogy regisztráljuk: ebben és ebben a tekintetben nem történt meg az átmenet a piacgazdaságban honos viszonyokra. Alternatív hipotézisek megfogalmazása szükséges, melyek arra vonatkoznak, hogy a magyar történeti-kulturális közegben milyen eltérések valószínűsíthetőek a klasszikus piacgazdasági viszonyokhoz képest. E hipotézisek nem lehetnek olyan megalapozottak és pontosak, mint a közgazdaságtan által a piacgazdasági körülményekre vonatkozóan megfogalmazott általános feltevések. Azonban néhányat közülük érdemes tekintetbe venni. Az alábbiakban egy ilyen hipotézis elemi vizsgálatára kerül sor.

III.3. Stratégiák változása a 90-es években: a Vállalati Panel eredményei

A Vállalati Panel kutatási programjában a 90-es évek eleje óta vizsgáltuk a vállalati stratégiák átalakulásának folyamatát. Elsősorban Laki Mihály elméleti és empirikus elemzéseire támaszkodva foglalmaztuk meg empirikus hipotéziseinket (Laki, 1992, 1993, 1994). Laki a 80-as évek végén és a 90-es évek elején vizsgálta a vállalatok új környezethez történő alkalmazkodási stratégiáit. Számbavette azokat a tevékenységeket és jellegzetes intézkedéseket, melyek segítségével a vállalatok megpróbálták megbirkózni a gazdasági változásokat kísérő visszaeséssel. Laki terepmunkán és mélyinterjúkon alapuló kutatásai során arra következtetésre jutott, hogy jól elkülöníthetők azok az intézkedések, melyek a válsághelyzet tartós megoldását hozhatják azoktól, melyek csupán a krízis kiéleződését késleltetik. A késleltetést szolgáló tevékenységek levegőhöz juttatják a céget, és lehetőséget teremtenek a kilábalásra. Ugyanakkor a válság elmélyüléséhez is hozzájárulhatnak. A megoldó és halogató stratégiákat elkülönítő csoportosítás elsősorban a vállalatvezetők véleményére épült. Bár egyéni különbségek léteztek egyes tevékenységek tipológiában történő elhelyezését tekintve, de a többség véleménye alapján egyértelműen besorolhatók voltak az intézkedések. A vezetők a megoldó stratégia alkalmazására törekszenek, de erre nem mindig nyílik mód. A válság szituáció kényszerei gyakran a halogató irányába terelik menedzsmentet. Számunkra talán Laki azon megállapítása a legérdekesebb, miszerint a történelmi örökség hatásaként nem egyforma a megoldó és halogató stratégiák struktúrája az

érett piacgazdaságokban és a posztszocialista országokban. Laki az elbocsátásokat és a vállalati eszközök eladását említi olyan intézkedésekként, melyek a fejlett piacgazdaságokban a megoldást szolgáló stratégiák részei, ám az átmeneti gazdaságban igyekeznek kerülni őket, és csak a túlélés kényszere alatt kerülnek alkalmazásra.

A Panel kérdőívében 1993 óta próbáltuk survey-statisztikai eszközökkel vizsgálni a vállalati viselkedés változását Laki modelljének keretében. A vállalati tevékenységek sokváltozós módszerekkel történt statisztikai elemzése alapján arra a következtetésre jutottunk, hogy valóban megrajzolhatók egyfajta megoldó és halogató stratégia körvonalai, bár az adatok alapján kialakult kép némileg összetettebb az esettanulmányok tapasztalataira épülő vállalati viselkedési sémánál (Janky, 1999). A stratégiák szerkezetének változását vizsgálva azt találtuk, hogy az évtized elején valóban erősen jelen voltak az előző gazdasági rendszer és az átmenet sajátosságainak a nyomai. Az elbocsátás és az eszközök eladása inkább (bár nem egyértelműen) a halogató stratégia része volt. A 90-es évek végére a helyzet megváltozott. Ezek a tevékenységek leváltak a halogatást szolgáló más intézkedésekről és sokkal inkább kötődtek a megoldó stratégiához.

A vállalati stratégiák szerkezetét vizsgáló kutatásaink egyik legfontosabb eredménye az, hogy a vállalati viselkedés alapjellemzőit tekintve a nyugati mintákhoz közeledett a 90-es évek folyamán.

III.4. A piacorientáltság változása

Laki említett vizsgálataiban a stratégiák átfogó vizsgálatára törekedett, és nem foglalkozott egyes stratégiai elemek részletes elemzésével. A Vállalati Panel kutatási programjában azonban szerepelt a vállalati viselkedésnek néhány olyan eleme, amelyre külön figyelmet fordítottunk. Az egyik ilyen a piaci szemlélet terjedése az ipari termelő vállalatok menedzsmentjében. A tervutasításos gazdaságban elsősorban természetes mutatókban kifejezett célkitűzések alapján szervezték meg a termelést. A pénzügyi profitabilitás és a fogyasztókért folytatott verseny szempontjai háttérbe szorultak. Bár a piaci szemlélet terjedése hazánkban több évtizede megkezdődött, a 80-as évek végére sem ért el olyan szintet mely megközelítte volna a piacgazdaságok vállalatainál honos gondolkodási logikát.

A problémakör egyik megközelítési módja a vállalati sikerkritériumok változásának a vizsgálata: annak elemzése, hogy miképpen váltják fel (ha felváltják) a természetes kritériumokat a pénzügyi profitabilitás szempontjai). Ezt egy külön tanulmányban elemezzük (lásd a II. fejezetet). A kérdés másik vizsgálati területe a marketing szemlélet terjedése, az eladás szerepének változása. Az alábbiakban erről lesz szó.

A Panel felvételeinek során megkérdeztük a felkeresett iparvállalati vezetőket arról, hogy van-e kereskedelemmel foglalkozó munkatársuk. Ezen kívül arról is kértünk információt, hogy a forgalom mekkora hányadát teszik ki a reklámra illetve piackutatásra fordított költségek.

1. táblázat.

Kereskedelemmel foglalkozó munkatársat alkalmazó cégek aránya 1993-ban és 2000-ben.

	1993	2000
Nincs kereskedelemmel foglalkozó alkalmazott	78,1	78,9
Van kereskedelemmel foglalkozó alkalmazott	21,9	21,1
Összesen	100,0	100,0
Esetszám	540	382

Az évtized elején, 1993-ban a felkeresett vállalatok 22%-ánál alkalmaztak külön kereskedelemmel foglalkozó munkatársat (lásd 1. táblázat). Ez nem túlzottan alacsony arány, ha figyelembe vesszük, hogy a szóban forgó cégek jelentős része igen kisméretű vállalkozás. Annál inkább meglepő, hogy a legfrissebb, 2000. évi kutatás adatai azt mutatják, hogy ez az arány nem változott meg az évtized végére. Az új felmérés mintájában is csak a cégek 21%-a számolt be arról, hogy van kereskedelemmel foglalkozó alkalmazottja.

2. táblázat.

A cégek megoszlása a reklámra költött összegek aránya szerint 1993-ban és 2000-ben.

<i>Reklámköltségek</i>	<i>1993</i>	<i>2000</i>
Nincs reklámköltség	54,9	34,4
Reklámköltség a forgalom maximum 1%-a	21,3	32,6
Reklámköltség a forgalom 2-9%-a*	18,3	26,1
Reklámköltség a forgalom legalább 10%-a*	5,6	6,9
Összesen	100,0	100,0
Esetszám	540	382

* A válaszadók tizedszázalékos értékeket nem jelölhettek meg.

1993-ban a cégek 55%-a egyáltalán nem költött reklámra, és további 21%-uk esetében a reklámköltségek aránya nem érte el a forgalom 1%-át. A vállalatok 6%-a vallotta azt, hogy a reklámra fordított kiadások meghaladják a forgalom 10%-át. Az évtized végére jelentősen megváltozott a helyzet. A cégek alig több, mint harmada állította, hogy semmit nem költ reklámcélokra, és további egyharmaduk kiadása nem haladta meg a forgalom 1%-át. A reklámra jelentős összeget fordító vállalatok aránya nem változott lényegesen az évtized elejéhez képest. 2000-ben a cégek 7%-a költött a forgalom 10%-énál nagyobb arányban reklámra.

3. táblázat.

A cégek megoszlása a piackutatásra költött összegek aránya szerint 1993-ban és 2000-ben.

<i>Piackutatási költségek</i>	<i>1993</i>	<i>2000</i>
Nincs költség	67,0	61,0
Piackutatási költség a forgalom maximum 1%-a	12,8	23,9
Piackutatási költség a forgalom legalább 2%-a*	20,2	15,1
Összesen	100,0	100,0
Esetszám	540	382

* A válaszadók tizedszázalékos értékeket nem jelölhettek meg.

A 90-es évek elején a vállalatok kétharmada egyáltalán nem foglalkozott piackutatással, és további 13%-uk sem költött többet erre a tevékenységre az éves forgalom 1%-ánál. 1993 óta némileg változott a helyzet. Az idei felmérésben a vállalatok 61%-a számolt be arról, hogy nem fordít pénzt piackutatásra. Ugyanakkor a korábbi mintában tapasztalt aránynál többen vannak azok, akik relatíve kis összeget fordítanak erre a tevékenységre. A mintába került vállalatok 25%-a legfeljebb forgalma 1%-át költi piackutatásra.

Az adatok azt mutatják, hogy érezhető változások történtek a kereskedelem és marketing szerepét tekintve a vizsgált cégeknél. Ugyanakkor nem történt radikális elmozdulás az ipari vállalkozások körében egy erőteljesen marketing-szemléletű vállalatirányítás irányába. A vállalkozások többsége még ma sem költ piackutatásra. Ez akkor is magas arány ha figyelembe vesszük, hogy a szóban forgó gazdasági szervezetek többsége legfeljebb 10-20 fős kisvállalat, valamint, hogy jelentős részük nem végső fogyasztókat szolgál ki, hanem továbbfeldolgozásra állítja elő termékeit.

III.5. A vállalkozói attitűd és a vállalati struktúra: a történeti-kulturális háttér szerepe

A kapitalista gazdálkodás sajátosságaival foglalkozó gazdaságszociológiai irodalomban klasszikus témának számít a családszerkezet és a családi normák piaci kooperációra gyakorolt hatásának tanulmányozása. Ezen belül annak a kérdésnek szenteltek különösen sok figyelmet a klasszikus és kortárs kutatók, hogy a családstruktúra miképpen befolyásolja a családok határait átlépő gazdasági tranzakciók morális alapjait. A gazdaságszociológia érdeklődésének homlokterében az áll, hogy miként hat a gazdasági kooperációra a kiscsoporton belüli erős szolidaritás. A klasszikus és kortárs munkák következtetése egyaránt az, hogy az erős családon belüli kötöttségek aláássák a rokonság határait átvágó tranzakciók sikerességét, mivel csökkentik a bizalmat a (potenciális) üzletfelek között (Lindenberg, 1988). A bizalom csökkenése részben annak az eredménye, hogy a különböző családokhoz kötődő üzletfelek kevés információval rendelkeznek egymásról. Azonban emellett szerepet játszik az is, hogy a

kiscsoportokban érvényesülő normák gyakran konfliktusban vannak a csoporton kívüliek iránti lojalitás elveivel.

A klasszikus kutatások következtetései szerint az erős családi kötöttségek negatívan hatottak egyes civilizációk kapitalista fejlődésére. A kapitalizmus ott indulhatott elsőként fejlődésnek, ahol intenzív volt az egyének kapcsolata a rokonsági körön kívüli emberekkel is, és megfelelő etikai alapja volt az idegenekkel szembeni tisztességes viselkedésnek. A történeti-szociológiai vizsgálatok szerint az észak-nyugat-európai protestáns kultúra talaján alakulhatott ki a legkönnyebben a modern kapitalista gazdasági rend. A korai és kortárs összehasonlító elemzések egyrészt rámutattak az Európán belüli, a protestáns és katolikus kultúrkör közötti különbségekre. Emellett kiemelten vizsgálták az európai civilizáció és néhány távol-keleti kultúra családszerkezetének gazdasági magatartásra gyakorolt eltérő hatását. Egyes kutatók felhívták a figyelmet a Távol-Keleten belül tapasztalható különbségekre, és ezeknek az eltérő kapitalista fejlődést befolyásoló hatásaira, pl. Japán és Kína vonatkozásában. A gazdálkodás megszervezését tekintve lényeges különbség az erős és gyenge családi kötöttségekkel rendelkező kultúrák között, hogy az előbbiekben kiemelt szerepet kapnak a családi vállalkozások. Ezek jellemzője, hogy nem csupán a tulajdonosi kör, de az alkalmazottak is jelentős részben a rokonok közül kerülnek ki. Az ilyen vállalkozás növekedési képessége és innovációs potenciálja több okból kifolyólag is korlátozott.

A Kínában és a kínai kultúrkörbe tartozó kapitalista országokban tapasztalható látványos gazdasági fejlődés hatására előtérbe kerültek azok a megfontolások, amelyek az erős rokoni kötöttségekre építő családi vállalkozások lehetséges előnyeire mutatnak rá. Mindazonáltal az erősen családcentrikus kultúrák viszonylag sikeres gazdaságaiban is komoly problémát jelent, hogy a családorientált vállalkozások képtelenek a növekedésre, ami több szempontból is károsan hathat vissza hosszútávon a hatékonyságra és a versenyképességre, végső soron a gazdaság fejlődésére.

Magyarországon a családstruktúra jellegzetességei és a rokoni kapcsolatok határait átlépő interakciók morális alapjai lényeges eltéréseket mutatnak a(z) (észak-)nyugat-európai mintákhoz viszonyítva. Ezzel együtt megvannak a társadalomszerkezeti alapok a nyugati kapitalizmus szervezeti mintáinak követéséhez. Egyes vélekedések szerint ugyanakkor az államszocializmus aláásta a családi kapcsolatokon túllépő interakciók résztvevői közötti bizalmi viszonyokat. Egyrészt csökkentette a feltétlenül szükséges kockázatvállalás szintjét, másrészt lerombolta a bizalmi viszonyok kiépülésében kulcsszerepet játszó civil intézményeket

Empirikus kérdés, hogy az előbb említett eltérések hatása elég erős-e ahhoz, hogy érdemben befolyásolja a vállalkozások szervezésének tipikus formáit. Nem feltételezhetjük, hogy hazánkban a zárt családi vállalatok olyan domináns szerepre tettek szert, mint egyes Európán kívüli gazdaságokban. Ugyanakkor elméleti alapon nem zárhatjuk ki, hogy létezik az ipari vállalkozásoknak is egy olyan köre, amely erősen támaszkodik a családi erőforrásokra, továbbá gazdálkodási magatartásában sem törekszik oly mértékben a növekedésre, és a piaci kooperációs lehetőségek kiaknázására. Amennyiben a vállalkozások egy nem elhanyagolható nagyságú csoportja ide sorolható, akkor a gazdaságpolitikának is számításba kell vennie, hogy

a cégek nem mindegyike reagál érzékenyen a vállalkozásfejlesztési programok és a piaci változások ösztönzőire.

A Vállalati Panel idei felvételének adatainak a segítségével azt vizsgáltuk, hogy létezik-e az iparvállalati szektornak egy olyan része, ahol a stabilitásra törekvő, zárt családi vállalkozás a domináns. A kérdőíves kutatás során érdeklődtünk az alkalmazottak összetételéről, a növekedési törekvésekről és általában az üzleti környezethez való viszonyról.

Számos tényező eredménye lehet, hogy egy-egy vállalkozásban rokonok és ismerősök is dolgoznak. Ugyanígy, a termelés és a piaci helyzet legkülönbözőbb sajátosságai járulhatnak hozzá ahhoz, hogy egy cég inkább a túlélésre koncentrál, mintsem a növekedési lehetőségeket keresi. Elsősorban a fenti jellegzetességek együttes jelenléte utal arra, hogy egy cég közel áll a klasszikus nyugati mintáktól eltérő családi vállalkozás ideáltípusához.

A 2000. évi Vállalati Panel mintájában a válaszadók 34%-a számolt be arról, hogy a cégnél a vezetők rokonai közül is dolgoznak alkalmazottak. A cégek 37%-ánál alkalmaznak olyan munkásokat, akiket korábban ismertek a vállalat irányítói. A rokonok alkalmazása nem feltétlenül jár együtt az idegenek foglalkoztatásával szembeni általános averzióval. A rokonokat is dolgoztató cégek vezetőinek 44%-a egyetértett azzal a kijelentéssel, hogy problematikus ismeretlen emberek alkalmazása. A csak családon kívüli munkaerőt alkalmazó vállalatok körében 35% ez az arány (lásd: 4. táblázat). A különbség nem elhanyagolható, ám látni kell, hogy az idegen munkaerővel szembeni ellenérzés esélyét csak mérsékelten növeli a családon belüli alkalmazottak jelenléte.

4. táblázat.

Mennyire ért egyet: Problémát okoz, ha olyan munkásokat foglalkoztatok, akiket nem ismerek

	<i>Nincs rokon</i>	<i>Van rokon</i>	<i>Együtt</i>
Nagyon nem ért egyet	41,6%	34,5%	39,2%
Inkább nem	23,1%	21,0%	22,4%
Inkább egyetért	16,0%	19,3%	17,1%
Nagyon egyetért	19,3%	25,2%	21,3%
Összesen	100,0%	100,0%	100,0%
Esetszám	238	119	357

A rokonokat is foglalkoztató vállalatok vezetői közül az átlagosnál többen tartanak a növekedéstől. A családtagoknak munkát adó menedzserek (tulajdonosok) 58%-a tartja kockázatosnak a növekedési törekvéseket (lásd 5. táblázat). A kizárólag "idegeneket" alkalmazó cégek irányítóinak csupán 44%-a gondolkodik így. Az összes válaszkategóriát szétválasztva mérsékeltebb eltéréseket láthatunk. A rokonokat foglalkoztató illetve a családtagokat nem alkalmazó vállalkozások között ugyanannyian értenek egyet határozottan a növekedés túlzott kockázatosságát hangsúlyozó kijelentéssel. Emellett az állítást egyértelműen elutasítók is azonos arányban találhatók a két összehasonlított csoportban.

5. táblázat.

Mennyire ért egyet: A növekedés kockázatos, mert elveszíthetek mindent

	<i>Nincs rokon</i>	<i>Van rokon</i>	<i>Együtt</i>
Nagyon nem ért egyet	24,4%	22,1%	23,6%
Inkább nem	31,5%	19,7%	27,5%
Inkább egyetért	18,1%	32,8%	23,1%
Nagyon egyetért	26,1%	25,4%	25,8%
Összesen	100,0%	100,0%	100,0%
Esetszám	238	122	360

Az elemi eszközök segítségével végzett elemzések eredményei arra engednek következtetni, hogy nincs egy olyan, jelentős nagyságú csoportja a hazai ipari vállalkozásoknak, amelyre a túlélésre törekvő irányítás és a zárt családi tulajdon- és alkalmazotti szerkezet lenne jellemző. Ahhoz azonban, hogy ezt határozottabban ki merjük jelenteni, további statisztikai eljárások segítségét kell igénybe vennünk.

Azt feltételezzük, hogy amennyiben a “zárt” családi vállalkozás mintája Magyarországon viszonylag elterjedt, akkor ez döntően befolyásolja az említett szervezeti formával összefüggésbe hozott változók egymáshoz való viszonyát. Ideáltipikus esetben elkülöníthető a vállalati jellemzők egy olyan dimenziója, amelynek mentén a “klasszikus kapitalista” vállalkozások különíthetők el a “zárt” családi cégektől.

A kérdés empirikus vizsgálatához faktorelemzést végeztünk. Az eljárásba bevont változók egyrészt az alkalmazottakra és a tulajdonosokra vonatkoztak. Emellett a bővüléssel kapcsolatos szándékokról és attitűdökről szóló változókat vontuk be a modellbe. Szerepeltek továbbá a gazdasági környezettel szembeni bizalmatlanságra utaló véleménykérdések is. Arra voltunk kíváncsiak, hogy létezik-e egy általános faktor mindezen változók mögött. Amennyiben igen, az a sajátos családi vállalkozások erőteljes jelenlétére utal.

6. táblázat.

A faktorelemzés eredménye*

	1	2	3
Rokon is dolgozik a cégnél	,133	,774	-,127
Ismerős is dolgozik a cégnél	-,057	,732	-,014
Zárt tulajdonú	,037	,467	,187
Nem tervez bővítést	-,094	-,144	,814
Vélemény: Mennyire jellemzi a környezetet a biztonság?	-,113	-,338	-,521
Vélemény: A növekedés kockázatos, mert elveszíthetek mindent	,649	,053	,451
Vélemény: Nem tudja, hogyan kell bankkölcsönt felvenni	,584	-,062	-,249
Vélemény: Probléma, ha olyat foglalkoztatok, akit nem ismerek	,617	,047	,095
Vélemény: Ha terjeszkednék, túl sok szabály akadályozna	,720	,109	-,020

*Főkomponens-módszer. Faktorsúlyok rotált mátrixa.

Az elvégzett exploratív faktorelemzés nem alkalmas arra, hogy teszteljük az általános faktor létezésére vonatkozó hipotézist. Az eredmények ugyanakkor egyértelműen arra utalnak, hogy ilyen általános faktor nem létezik (6. táblázat). Az eljárás három, egymánál nagyobb sajátértékű faktort eredményezett. Mindegyik faktor csak a változók egy részéhez kapcsolódik erősebben. A rokonok illetve az ismerősök alkalmazása egymástól nem független jelenség. E két tényező továbbá gyenge kapcsolatban van azzal, hogy van-e hazai magánszemélyen kívül külső tulajdonosa a cégnek. Egy másik faktor a bővítést ellenzőket választja el a növekedést ambicionáló vezetőktől. A harmadik faktor az informátlanság illetve az attól való félelem dimenziójának tekinthető.

III.6. Összegzés

Tanulmányunkban azt vizsgáltuk, hogy tíz évvel a gazdasági átmenet kezdete után milyen mértékben alakultak át a piacgazdasági követelményeknek megfelelően a vállalati magatartás mintái. Emellett kíváncsiak voltunk arra, hogy várható-e az eddigi átalakulási tendenciák folytatása és kiteljesedése a közeljövőben.

Korábbi kutatásaink eredménye szerint a 90-es évek végére csökkent a korábbi társadalmi-gazdasági rendben kialakult viselkedésminták a válságkezelési stratégiák sajátosságaira gyakorolt hatása. Mostani vizsgálatunk adatai azt mutatták, hogy a piaci gazdálkodási szemlélet egyik fontos eleme, a marketing-orientáltság némileg teret nyert az utóbbi évtizedben. Az átalakulás azonban nem látványos mértékű.

Elemzésünkben vizsgáltuk továbbá, hogy elkülöníthető-e az ipari vállalkozásoknak egy olyan csoportja, amelyben a cégek szervezeti struktúrája és célrendszere érdemben különbözik a nyugati piacgazdaságokban működő kapitalista gazdasági szervezetekétől. Ennek különös jelentősége van a vállalati magatartás jellegzetes mintáinak kialakulása szempontjából. Adataink arra utalnak, hogy az elméleti feltételezések alapján leginkább várható eltérések nem mutatkoznak meg a hazai ipari cégek körében.

Irodalom

- Grabher, Gernot - David Stark (1996): A szervezett sokféleség - evolúcióelmélet, hálózatelemzés és a poszt szocialista átalakulás. *Közgazdasági Szemle* 43 9.sz: 745-769. o.
- Grosfeld, I. - G. Roland (1995): Defensive and Strategic Restructuring in Central European Enterprises. *CEPR Discussion Paper* No. 1135. CEPR, London.
- Hoványi Gábor (1995a): A vállalati válságmenedzselés néhány objektív és szubjektív tényezője. *Ipargazdasági Szemle* 1-2.sz. 101-112.o.
- (1995b): Tájékozódás után. *Ipargazdaság* 1-2.sz. 17-21.o.

- (1995c): A vállalat és környezete az ezredfordulón - a menedzser szemével. *Közgazdasági Szemle* 42 10.sz: 955-970. o.
- Janky, Béla (1999): Adjustment strategies of the hungarian industrial firms, *Acta Oeconomica*, Vol. 50 (3-4) pp. 283-296
- Kornai János (1993): Transzformációs visszaesés. *Közgazdasági Szemle* 40 7-8.sz.
- Kovács Imre - Csizsák András (1999): A posztoszocializmus vége. *Közgazdasági Szemle* 46 2.sz. 121-144.o.
- Laki Mihály (1992): A vállalati magatartás változása és a gazdasági válság. *Közgazdasági Szemle* 39 6.sz: 565-578. o.
- (1993): Vállalati viselkedés elhúzódó gazdasági visszaesés idején. *Külgazdaság* 37 11.sz. 23-34.o.
- (1994): *Vállalatok a szocializmus után*. Kandidátusi értekezés, Budapest.
- Lindenberg, Siegwart (1988): Contractual Relations and Weak Solidarity: The Behavioral Basis of Restraints on Gain-Maximization. *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 144: 39-58.
- Szalai Erzsébet (1997): Kaleidoszkóp. *Közgazdasági Szemle* 44 12.sz. 1075-1089. o.
- Szanyi Miklós (1998): Ipari beruházások az átalakuló országokban. *Közgazdasági Szemle* 45 9.sz: 851-868- o.
- Török Ádám (1993): Vállalati magatartási minták az átmeneti gazdaságban *Közgazdasági Szemle* 40 3.sz. 180-194. o.
- (1994): Stratégia-e a vállalati sodródás? *Közgazdasági Szemle* 41 10.sz. 878-889o.
- Voszka Éva (1996): Az utánzó állam és az innovatív vállalatok találkozási pontja - az újraelosztás tradíciója. *Közgazdasági Szemle* 43 6.sz. 553-560. o.

IV. A piaci és a bizalmi viszonyok néhány összefüggése a hazai feldolgozóipari vállalatok körében

(Csabina Zoltán, Kopasz Marianna és Leveleki Magdolna)

IV.1. Bevezetés

Az utóbbi évtizedekben a fejlett világ vállalatainak számos új típusú kihívással kellett és kell szembenéznük. Piore és Sabel (1984) egyenesen egy korszak lezáródásáról, a tömegtermelés válságáról tudósítanak nagy hatású és sokat vitatott könyvükben. Érvelésük szerint a tömegtermékek piaci telítődtek, a fogyasztói igények a specializált, magasabb minőséget képviselő termékek irányába mozdultak el. A változékonnyá váló piaci környezetben, a termékciklusok lerövidülése és az új technológiák bevezetésének tetemes költségei és kockázatai következtében a vállalatok egyre inkább innovációra kényszerülnek. A megváltozott feltételekhez való alkalmazkodásnak csak egyik formája a vállalati szervezet megújulása. A vállalatok közötti kapcsolatok is jelentős átalakuláson mennek keresztül. A változások tetten érhetők mind a beszállítói-vevői kapcsolatokban, mind pedig versenytársak között formálódó stratégiai szövetségek elterjedésében. A tömegtermelés válsága lehetőséget teremt az ipari övezetek lokális hálózatot alkotó rugalmas és specializált vállalatainak prosperálására. A gazdálkodó szervezetek közötti kapcsolatok átváltozására reflektálva egyes szerzők a 'piac' és a 'hierarchia' mellett egy harmadik irányítási mechanizmus, a hálózat (vagy hálózati szervezet) létezése mellett érvelnek (lásd például Powell-Smith-Doerr, 1994; Grabher, 1993).

A vállalatközi kapcsolatok újabban megjelenő mintázatainak tanulmányozása során elkerülhetetlen a bizalmi viszonyok és az azt befolyásoló tényezők vizsgálata. A gazdálkodó egységek közötti bizalom empirikus vizsgálata során arra fogunk választ keresni, hogy a hazai feldolgozó ipari vállalatok értékesítési kapcsolatai milyen mértékben támaszkodnak a bizalomra. Azt is megkíséreljük majd, hogy magyarázatot adjunk arra, milyen tényezők játszanak szerepet abban, hogy egyes vállalatok magas bizalomszintű kapcsolatokat alakítanak ki üzleti partnerekkel, míg mások alacsony bizalomszintűeket.

Mielőtt hozzálátnánk a fenti kérdések tárgyalásához, először is tisztáznunk kell, mit értünk bizalmon. A kérdéskör az utóbbi egy-két évtizedben több tudományágban is az érdeklődés homlokterébe került. Többek között szociológusok, pszichológusok, közgazdászok és szervezetelmélettel foglalkozók tollából jelentek meg írások. A rendelkezésünkre álló irodalom meglehetősen divergens. Ebben a tanulmányban azt fogjuk áttekinteni, hogy mennyiben fedezhetők fel közös elemek a bizalom különböző koncepcióiban.

Az elméleti áttekintés lezárásaként áttérünk a fogalom általános tárgyalásáról a szervezetek közötti bizalom problémájára. Itt részben Mari Sako (1992), részben Karl Dieter Opp (1996)

munkájára fogunk támaszkodni, amikor azt a kérdést járjuk körül, hogy milyen tényezők befolyásolhatják a szervezeteket abban, hogy alacsony vagy magas bizalomszintű szerződéses kapcsolatokra törekedjenek.

IV.2. A bizalom fogalmáról

A bizalom azon fogalmak közé tartozik, amelyek számtalan jelentést hordoznak, de a különböző felfogások között találni azért közös elemeket (Rousseau-Sitkin, 1998; Lane, 2000).

A különböző diszciplínák (szociológia, pszichológia, közgazdaságtan) képviselői többnyire osztják azt az álláspontot, hogy a bizalom fogalma feltételezi a bizonytalanság vagy kockázat fennállását (Rousseau-Sitkin, 1998). Ebben a felfogásban a bizalom egy lehetséges módja annak, hogy a szereplők megbirkózzanak a cserekapcsolatokban rejlő bizonytalansággal vagy kockázattal (Lane, 2000). „A bizalom a kockázat specifikus problémáira adott megoldás” (Luhmann, 1988; idézi Sztompka, 1999).

A bizalom szociológiai megközelítésében a bizonytalanság és a kockázat a cserekapcsolatok természetes velejárói. Ennek hátterében az idő és az informáltság problémája áll, melyre Simmel mutatott rá elsőként. A társadalmi interakcióban a válasz gyakran időben késleltetett és a kezdő lépést annak a (teljes) tudásnak a hiányában kell megtenni, hogy mi lesz a cserepartner válaszlépése. Ehhez pedig a bizalom egy bizonyos fokára van szükség (Simmel, 1950; idézi Lane, 2000).

A különböző elméletek második közös feltevése a bizalmi viszony szereplőinek (*trustor és trustee*) interdependenciájára vonatkozik (Rousseau-Sitkin, 1998, Lane, 2000). A felek kölcsönös függését illető feltevést jól szemlélteti Dasgupta bizalom meghatározása. A szerző bizalom alatt az egyik szereplőnek a másik fél cselekvésére vonatkozó várakozásait érti, mely várakozások hatással vannak az illető egyén saját cselekvésének megválasztására, feltéve, hogy a szóban forgó cselekvésről szóló döntést az egyénnek előbb kell meghoznia, mintsem hogy megfigyelhetné a másik fél cselekvését (Dasgupta, 1988). Vagyis a másik fél cselekvésével kapcsolatos várakozásnak következményeket kell maga után vonnia az egyén saját döntésére vonatkozóan (Luhmann, 1979; idézi Sztompka). Álljon itt Luhmann egyik példája az így definiált bizalomra: „bírom ebben a politikusban, hogy jól kormányoz majd, ezért rá adom a szavazatom” (ibid.).

Az eddig elmondottak alapján a bizalmat definiálhatnánk úgy is mint az egyén arra való hajlandóságát, hogy sebezhetővé (*vulnerable*) tegye magát kockázat fennállása és a bizalmi viszony szereplőinek kölcsönös függése mellett (Rousseau-Sitkin, 1998). Ehhez kapcsolódik az a bizalomról szóló irodalomban gyakori kitétel, mely szerint a bizalmat kezdeményező várakozása az, hogy az egyik félnek a kockázat vállalásából eredő sebezhetőségével a másik fél a kapcsolat során nem él vissza. (Lane, 2000). A közgazdaságtanban és a szervezetelméleti

irodalomban honos megfogalmazással élve ez a kitétel az opportunista magatartás hiányát jelenti (lásd pl. Williamson, 1985). Tetten érhető ez a feltevés többek között Gambetta bizalomról szóló fejtegetéseiben is. E szerint amikor az egyik szereplő megbízik a másikban, akkor az a szubjektív valószínűségi szint, melyet ahhoz rendel, hogy a másik szereplő jövőbeli cselekvése számára hasznos, vagy legalábbis nem hátrányos, kellően magas ahhoz, hogy a vele való kooperációt válassza (Gambetta, 1988).

A bizalom fogalmában ugyanakkor azt is feltételeznünk kell, hogy a másik fél rendelkezik akkora szabadsággal, hogy ne feleljen meg az egyik fél vele szemben megfogalmazott várakozásainak (Gambetta, 1988). Ellenkező esetben, vagyis ha a másik fél cselekvési lehetőségei szigorúan korlátozottak lennének, a bizalom szerepe az egyik fél döntéseinek irányításában arányosan kisebb volna (Gambetta, 1988). A bizalmat úgy is meghatározhatjuk tehát, mint a mások szabadságával való megbirkózás eszközét (Luhmann, 1979; idézi Gambetta, 1988).

A helyzet úgy áll tehát, hogy a bizalom fogalma feltételezi a bizonytalanság vagy kockázat fennállását. Luhmann funkcionalista elméletében a bizalom olyan mechanizmus, amely annak révén, hogy korlátozza a társadalmi aktorok egymás jövőbeli magatartásával kapcsolatos (ésszerű) elvárásainak körét, hozzájárul az interakciós rendszer komplexitásának csökkentéséhez (Luhmann, 1979; idézi Lane, 2000). Csakhogy adottnak véve az "idő és a tudás problémáját", a bizalom kockázatos befektetés, mert előzetes elkötelezésre (*precommitment/Vorleistung*) tart igényt (Simmel, 1950, Luhmann, 1979; idézi Lane, 2000).

A fenti rövid áttekintésből látható, hogy az egyes tudományterületek egymástól különböző bizalom koncepcióinak léteznek közös elemei. Amiben a téma a kutatóinak álláspontja jelentősebb eltérést mutat az, hogy miben látják a bizalom indítékát vagy alapját (racionális kalkuláció, értékek és normák közös készlete, stb.).

Megjegyezzük, hogy a fenti fejtegetésben a bizalmat mint a társadalmi kapcsolatok kvalitását konceptualizáltuk. Ez csak egy a lehetséges megközelítések között. A szociológiai irodalomban alapvetően a bizalom három különböző felfogásával találkozhatunk. A bizalmat úgy is tételezhetjük mint a személyiség jellemző vonását. Számos szerző feltételezi egy alapvető bizalomra való hajlandóság létezését, amelynek kialakulása a sikeres gyermekkori szocializáció következménye. Egy harmadik perspektívából a bizalom sem nem társadalmi kapcsolat, sem nem pszichológiai hajlandóság, hanem kulturális szabály. Ha a bizalmat megkövetelő szabályokat vall magáénak egy közösség, és ezeket a közösség tagjai mint adottat és külsőt észlelik, akkor ezek erős kényszert jelentenek a bizalom gyakorlására vagy megvonására vonatkozóan (Sztompka, 1999). A bizalom eme három dimenzióját - Sztompka nyomán - inkább egymást kiegészítőiként, semmint versengő dimenziókként fogjuk fel. Ezen dolgozat keretei között alapjában véve megmaradunk annál a felfogásnál, amely a bizalmat mint a társadalmi kapcsolatok tulajdonságát tételezi.

IV.3. Bizalom a vállalatok közötti kapcsolatokban

Mari Sako 1992-es *“Prices, Quality and Trust”* című könyvének fő kérdése, hogy milyen tényezők magyarázzák a vállalatközi kapcsolatok egymástól eltérő mintázatait. Miért van az, hogy a vállalatok a koordináció más és más módjait választják? Kissé pontosabban megfogalmazva a kérdést: milyen vállalat-specifikus, iparági szintű és társadalmi tényezők befolyásolják a koordináció módjának megválasztását?

Kiindulópontként Sako a beszállítói-vevői kapcsolatok koordinációjának két ideáltípusát állítja fel, amelyek leginkább egy kontinuum végpontjaiként foghatók fel. A skála egyik végpontján azok a szerződéses kapcsolatok találhatók, melyekben a felek megtartják egymás között a három lépés távolságot. Ezt a kapcsolati típust Sako ‘távolságtartó szerződéses viszonyoknak’ nevezi (*arm’s-length contractual relation*). A szerződéses kapcsolat egy meghatározott, diszkrét gazdasági tranzakciót takar. A szerződésben a felek kötelezettségeit még az ügylet megkezdése előtt rögzítik minden eshetőség figyelembe vételével. A nem várt körülmények kezelése univerzalisztikus jogi és normatív szabályokra való hivatkozással történik (Sako, 1992).

A másik kapcsolati típust (*obligational contractual relation*) leginkább ‘elköteleződésen alapuló viszonyoknak’ fordíthatjuk le. Ez a fajta szerződéses kapcsolat szintén a javak és szolgáltatások előállítását és cseréjét tartalmazó szerződés. A szerződés itt az üzleti partnerek kölcsönös bizalmon alapuló viszonyrendszerébe ágyazott. Ennek alapján a tranzakcióra anélkül kerül sor, hogy a felek az összes feltételben előzetesen megállapodnának.

A két ideáltípus mindent kimerítő összehasonlítása helyett itt megelégszünk a legfontosabb különbségek kiemelésével. Ezek szerint az elköteleződésen alapuló kapcsolatok, szemben a távolságtartó viszonyokkal, a felek nagyobb tranzakciós függésével, hosszabb időtávval, a felek arra vonatkozó nagyobb hajlandóságával, hogy még az árak rögzítése előtt rendeléseket kezdeményezzenek, illetve fogadjanak el, az írásos szerződéseknek a kapcsolatban betöltött kisebb szerepével, végül pedig az információ, a know-how és a kockázatok partnerek közötti megosztásával jellemezhetők (ibid.)

Sako munkája csatlakozik azon álláspont képviselőihez, mely szerint a vállalatközi hálózatok a ‘piac’ és a ‘hierarchia’ mellett (vagy között) egy harmadik irányítási vagy koordinációs mechanizmusként értelmezhetők. Az ‘elköteleződésen alapuló szerződéses viszonyok’ a sako-i elméletben szorosan kapcsolódnak a hálózatok és más a ‘piac’ és a ‘hierarchia’ közötti koordinációs módokhoz (Sako, 1992).

A kapcsolatok két ideáltípusa mindenekelőtt az üzleti partnerek közötti bizalom (bizonyos típusainak) jelenlétében, illetve annak hiányában mutatkozik meg. Ennek részletesebb tárgyalása előtt azonban ki kell térnünk arra, hogy mit ért a szerző bizalom alatt, s annak milyen típusait különbözteti meg.

A szerző meghatározásában a bizalom az egyik üzleti partnernek a másikkal kapcsolatos azon várakozása, miszerint az kiszámítható és kölcsönösen elfogadható módon viselkedik. Kiszámíthatóságról különböző okokból kifolyólag lehet szó, és ez módot ad arra, hogy

különbséget tehetünk a bizalom három típusa között. A ‘szerződéses bizalom’ (*contractual trust*) a tisztesség és az ígéretek megtartásának közösen osztott normáján alapul (Sako, 2000). A bizalom ezen típusát úgy határozhatjuk meg, mint az egyik szerződő fél azon várakozása, hogy a másik fél az ígéreteit betartja. Azok az üzleti kapcsolatok, amelyekben a felek inkább szóbeli megállapodásra támaszkodnak az írásos szerződésekhez képest, a szerződéses bizalom magasabb fokával jellemezhetők (Sako, 1992).

A másik fél kiszámíthatóságáról azonban beszélhetünk más összefüggésben is. Az ún. ‘hozzáértésbe vetett bizalom’ (*competence trust*) az üzleti partner arra vonatkozó várakozása, hogy a másik fél rendelkezik a vállalt feladat teljesítéséhez szükséges technikai és menedzseri kompetenciával (Sako, 1992). A bizalomnak ez a fajtája a szerződő feleknek az üzleti magatartással, a technikai és vezetési elvárásokkal kapcsolatban vallott közös felfogásán alapul (Sako, 2000). A vevő a beszállítóval szembeni teljes bizalmáról - a bizalomnak ez utóbbi értelmében véve - akkor tesz tanúbizonyságot, amennyiben például eltekint attól, hogy ellenőrizze, vajon a szállítmány megfelel-e a minőségi követelményeknek (Sako, 1992).

A bizalom fentebb bemutatott két típusát illetően fontos megjegyeznünk, hogy ezek bármilyen üzleti kapcsolat zökkenőmentes működéséhez nélkülözhetetlenek, legyen az akár ‘távolságtartó’ vagy ‘elköteleződésen alapuló’ viszony. A szerződéses viszonyok két ideáltípusa (karnyújtásnyi és elköteleződésen alapuló) a bizalom egy harmadik válfaja, az ún. goodwill bizalom mentén különíthető el. Az előző két típustól eltérően, ez a bizalom egy diffúz fajtája. A ‘goodwill bizalom’ esetében - szemben a ‘szerződéses bizalommal’ - nincsenek explicit ígéretek, melyek megtartását a felek egymástól elvárják, és - szemben a ‘hozzáértésbe vetett bizalommal’ - nincs szó rögzített szakmai standardekről sem. Ennek a bizalom típusnak a sajátossága az egymással szembeni nem-specifikus kötelezettségek (*open commitments*) kölcsönös elvárása (ibid.). ‘Goodwill bizalom’ akkor alakulhat ki, ha a felek között egyetértés van a fair magatartás elveire vonatkozóan (Sako, 2000).

Mind a ‘szerződéses bizalom’, mind pedig a ‘goodwill bizalom’ az opportunistá viselkedés hiányát implicálja. Az azonban, hogy mi számít opportunizmusnak, különbözik a két bizalom típus esetében. Sako példájában egy kulcsfontosságú technológiai információ visszatartása opportunistá viselkedésnek minősül a ‘goodwill bizalom’ szempontjából, míg nem az a ‘szerződéses bizalom’ szerint, amennyiben az üzleti partner a szerződésben nem kötelezett az ilyen típusú információ továbbítására (Sako, 1992).

A szerződéses kapcsolatok két ideáltípusa közötti különbség a ‘goodwill’ bizalom jelenlétében vagy hiányában ragadható meg: a bizalomnak ez a fajtája csak az ‘elköteleződésen alapuló’ üzleti viszonyokban található meg (ibid.).

A vállalatok közötti kapcsolatok két ideáltípusának ismeretében visszatérhetünk arra a kérdésre, hogy milyen tényezők magyarázzák a vállalatközi kapcsolatok egymástól eltérő mintázatait. Sako könyvében a japán és a brit vállalatok közötti szerződéses kapcsolatok empirikus vizsgálatára tesz kísérletet. Azt találja, hogy bár akadnak kivételek, a beszállító-vevői kapcsolatok Nagy-Britanniában jellemzően ‘távolságtartó szerződéses kapcsolatok’, Japánban pedig ‘elköteleződésen alapuló szerződéses kapcsolatok’ (ibid.).

Sako a szerződéses kapcsolatokban megfigyelhető különbségek magyarázatára egy szocioökonómiai modellt állít fel. A szerző explicit módon támaszkodik a gazdaságszociológiából jól ismert beágyazottság koncepciójára (Granovetter, 1985), mely szerint a gazdasági cselekvés nem légüres (társadalmi) térben, hanem társadalmi struktúrákba beágyazottan megy végbe. Ennek megfelelően azok a tényezők, amelyeket a közgazdasági elemzések szokásosan exogén változókként tételeznek (az egyéni preferenciák, technológia), itt a modell szempontjából endogén változók. Olyan tényezők befolyásolják őket, mint a múltban és a jelenben létező ideológiák, kulturális és vallási tradíciók, valamint társadalmi és morális normák (Sako, 1992).

A szerződéses kapcsolatok empirikusan megfigyelhető mintázatainak eltéréseit alapvetően a tényezők három csoportja okozza. Először és mindenekelőtt a nemzetgazdaságok közötti különbségek, melyek az ország-specifikus intézményeknek és kulturális diszpozícióknak köszönhetők. Ezek között kiemelt szerepe van a jogszabályi környezetnek, a pénzügyi rendszernek és a foglalkoztatási rendszernek. A banki központú pénzügyi rendszer a hosszú távú vállalkozói kapcsolatokat támogatja, míg a tőkepiac központú pénzügyi rendszer a rövid távú szemléletet erősíti. Sako feltételezi továbbá, hogy az egyes országokban erős a hasonlóság a beszállítói-vevői kapcsolatok és a foglalkoztatási viszonyok mintái között. A szektorok közötti különbségek technológiai és piaci tényezőkre vezethetők vissza. Az azonos iparágak vállalatai közötti eltérések pedig végső soron a menedzserek céljainak és attitűdjeinek különbségeiből származnak.

Tekintve, hogy az empirikus vizsgálat alapjául szolgáló minta csak a hazai feldolgozóipari vállalatok adatait tartalmazza, figyelmünket itt az iparági szintű különbözőségek elemzésére fordítjuk.

A brit és a japán vállalatok körére kiterjedő empirikus vizsgálat azt mutatja, hogy bizonyos iparágak nagyobb hajlandóságot mutatnak a 'távolságtartó szerződéses kapcsolatok' létesítésére, mint más iparágak. Mivel magyarázhatjuk ezt? A technológiák (termék- és folyamat-technológiák) különbözősége egy a lehetséges válaszok közül.

A folyamat-technológia sajátosságai jól megragadhatók Williamson eszköz-specifikusság koncepciójával. Minél inkább eszköz-specifikus egy beruházás, annál nagyobb a tere a szerződéskötést követő (*post-contractual*) opportunista magatartásnak mindkét fél részéről. A beruházás megvalósulásával a beszállító vállalat megtagadhatja a szállítást, amennyiben nem kínálnak neki magasabb árakat. De ugyanígy a vevő is fenyegetőzhet azzal, hogy törli a rendelést annak érdekében, hogy árcsökkenést érjen el. Az opportunista viselkedésre való ösztönzés olyan alternatív irányítási struktúrákkal mérsékelhető, mint a teljes pénzügyi vertikális integráció, a kvázi-vertikális integráció, amelyben a vevő vállalat tulajdonolja a beszállító által használt eszközöket és gépeket, végül pedig a hiteles elköteleződések (*credible commitments*). Minél nagyobb az eszköz-specifikusság megkívánt mértéke, annál nagyobb mind a vevő, mind pedig az eladó részéről a hosszú távú elköteleződés igénye, és ezért annál inkább kifizetődőbbé válik az üzletfelek részéről a bizalom kiépítésébe való befektetés. Sako ezért azt feltételezi, hogy minél nagyobb az eszköz-specifikusság foka, annál valószínűbb az elköteleződésen alapuló kapcsolatok kifejlődése.

Vagyis az eszköz-specifikusság foka részleges magyarázatot ad a beszállítói-vevői kapcsolatok különböző mintázataira. Fontos megjegyezni ugyanakkor, hogy nem határozza meg teljes mértékben a szerződéses kapcsolatok közötti választást. Az ugyanis, hogy milyen mértékű eszköz-specifikusság jön létre, függ attól, hogy milyen hosszú távú üzleti kapcsolatra számítanak a partnerek. Minél hosszabb távú kapcsolatban gondolkodnak, annál nagyobb hajlandósággal kezdenek eszköz-specifikus beruházásba.

A szerződéses kapcsolatok mintázatait befolyásoló másik tényező a termék-technológia. A termékfejlesztés és tervezés vállalatközi koordinációja szükségképpen több információ áramlást igényel, mint a rögzített paraméterekkel történő gyártás. A termékek (vagy részegységek) lehetnek tömegtermékek és 'testre szabott' termékek. A testre szabott termékek előállítása különböző módon történhet: a beszállító gyárthat a megrendelő által szolgáltatott teljesen specifikált tervek szerint, vagy termelhet saját (a vevő által elfogadott) tervek alapján is. Ez utóbbi megoldás a bizalom magasabb fokára tart igényt a vevő részéről (hozzáértésbe vetett és goodwill bizalom egyaránt). Ennek alapján Sako azt a hipotézist fogalmazza meg, hogy minél inkább testre szabottak a termékek, és minél inkább részt vesz a beszállító a fejlesztési és a tervezési folyamatban, annál szükségesebbé válik a szerződő felek közötti 'elköteleződésen alapuló kapcsolat'.

A beszállítói-vevői kapcsolatok megválasztását befolyásolják olyan piaci kondíciók, mint a verseny természete, a keresleti oldal bizonytalanságai és a kereslet (jelenlegi és várható) bővülése.

Sako azt feltételezi, hogy amikor a versenyképesség megtartásához elengedhetetlen a jó minőség, a pontos szállítás és a folyamatos megújulás, az 'elköteleződésen alapuló kapcsolatok' előnyt élveznek a 'távolságtartó kapcsolatokkal' szemben. A versenypozíció megőrzése ekkor ugyanis a bizalom (szerződéses, a másik fél hozzáértésébe vetett és goodwill bizalom) magas fokát és intenzív információcserét igényel.

A késztermék előállítók a minőség mellett a termékdifferenciáció tekintetében is versenyeznek. A termékdifferenciáción alapuló verseny erősödése rövidebb termékciklusokhoz vezet. A rövidebb termékciklusok intenzívebb koordinációt igényelnek a tervezés és fejlesztés tekintetében a beszállító és a vevő vállalat között. Ennek a követelménynek pedig jobban megfelelnek az 'elköteleződésen alapuló kapcsolatok'. Vagyis minél nagyobbak a termékdifferenciációtól várható piaci előnyök, annál valószínűbb az elköteleződésen alapuló kapcsolat választása.

A piaci kereslet ingadozása, karöltve a rövidülő termékciklussal és a részegységek nagy számával, megsokszorozza a potenciális problémákat a termelés vállalatközi koordinációjában. Nincs egyértelmű válasz arra, hogy ebben az esetben a beszállítói-vevői kapcsolatok mely típusát preferálják a szereplők. A vevő cég egyfelől előnyben részesítheti az elköteleződésen alapuló kapcsolatot, amelyben a partner cég beszállításai rugalmasan követik a kereslet nehezen kiszámítható ingadozásait. Másfelől azonban ez a kapcsolati típus nem kívánt kötelezettségeket jelenthet a vevőnek, hogy kisimítsa a megrendelések ingadozásait egy adott beszállító számára. (Ilyen fajta kötelezettség nem terheli a vevőt a 'távolságtartó szerződéses kapcsolatokban', ezért ez vonzóbb alternatíva lehet néhány vevő számára.)

A beszállító szemszögéből tekintve, a kereslet fluktuációjából adódó bizonytalanság Williamson nyomán (1985) magatartási és ‘környezeti’ (vagy parametrikus) bizonytalanságra bontható le. A magatartási bizonytalanság kisebb az ‘elköteleződésen alapuló szerződéses kapcsolatok’ esetében, köszönhetően egyfelől a vevő üzleti terveivel (is) kapcsolatos információk áramlásnak, másfelől pedig a vevő azon törekvésének, hogy kisimítsa a kereslet ingadozásait. Ezzel szemben a ‘karnyújtásnyi kapcsolatokra’ nagyobb magatartási bizonytalanság jellemző, amely adódhat például abból, hogy a vevő cég az alacsonyabb árak érdekében a ténylegesnél nagyobb rendelési igénnyel lép fel, hogy aztán a többlet rendelést törölje.

A fentebb mondottak alapján Sako azt a feltételezést fogalmazza meg, hogy minél nagyobb keresleti bizonytalansággal néz szembe a vevő, annál nagyobb azon beszállítók köre, akikkel ‘elköteleződésen alapuló szerződéses kapcsolatok’ kialakítására törekszik. A beszállító ‘karnyújtásnyi kapcsolatot’ azon vevőkkel létesít, akikkel kapcsolatosan nagy magatartási bizonytalanságot feltételez, és ‘elköteleződésen alapuló szerződéses kapcsolatra’ olyan vevőkkel lép, akik várhatóan csökkenteni fogják a rendelési bizonytalanságot.

A beszállító-vevői kapcsolatokra hatással lehetnek a keresleti várakozások is. Statikus gazdaságban az egyik szereplő piaci részesedése a másik rovására növekedhet, és a vevő az ártárgyalásokon a beszállító költségére realizálhat nyereséget (zéró összegű játék). Ilyen helyzetben a vevő vállalat nem kíván elköteleződni egyetlen beszállító felé sem, hiszen így megőrizheti abbéli szabadságát, hogy beszállítóit az árak függvényében változtassa, illetve hogy rendeléseket töröljön, ha úgy szükséges. Az utóbbi magatartás, még ha jogszerű is, aláássa a felek közötti bizalmat, kiváltképp a ‘goodwill bizalmat’. Ezzel szemben növekvő gazdaságban, illetve iparágban nagyobb tere van az elköteleződésen alapuló kapcsolatok kialakulásának. Sako hipotézise szerint minél gyorsabb és határozottabb a kereslet növekedése, annál nagyobb tere van az ‘elköteleződésen alapuló kapcsolatok’ kifejlődésének a ‘távolságtartó kapcsolatok’ rovására.

Sako szerint nagy a kísértés azt feltételezni, hogy a piaci szerkezet is hatással van a beszállítói-vevői kapcsolatok típusára, vagyis minél több alternatív üzleti partner van jelen, annál nagyobb tere van a ‘távolságtartó kapcsolat’ kifejlődésének, és fordítva, minél kisebb a lehetséges üzletfelek száma, annál valószínűbb az ‘elköteleződésen alapuló kapcsolat’ kialakulása. Szerinte azonban nem törvényszerű, hogy a ‘távolságtartó szerződéses viszony’ jellemzőbb atomisztikus piacszerkezet esetén, az ‘elköteleződésen alapuló’ pedig koncentráltabb piacokon, a beszállítói-vevői kapcsolatok típusa inkább a vállalatok azon választásán múlik, hogy hajlandók-e elkötelezett kapcsolatra (*committed relationship*) lépni függetlenül attól, hogy léteznek-e potenciális alternatív üzleti partnerek.

Sako ez utóbbi álláspontjától eltérőek a Karl Dieter Opp (1996) kooperatív vállalati magatartást leíró elméletéből adódó következtetések. Karl Dieter Opp vállalati mikro-makro modelljében a kooperatív magatartást befolyásoló tényezők között megkülönbözteti a kooperációs normákat, a szankcionálási lehetőségeket, a kooperatív magatartásból vagy annak hiányából várható hasznot és a másik fél előzetes kooperációját.

Opp szerint a másik fél előzetes kooperációja annál valószínűbb, minél nagyobb a piaci szereplők közötti kapcsolat kohéziója, a másik fél viselkedésének megfigyelhetősége, és minél gyakoribbak az interakciók, minél nagyobb “az interakció mértéke, gyakorisága és sűrűsége”. Ily módon a piaci szerkezet atomisztikus jellege vagy koncentrálttsága, az interakcióban résztvevő szereplők száma, a kapcsolatok áttekinthetősége, a másik fél cselekvéseinek kontrollálhatósága befolyásolja a felek kooperációját, mint előzetes teljesítményt. Empirikus vizsgálatunkban az előzetes kooperációt a bizalmi viszony megnyilvánulásának tekintve Opp modelljét is figyelembe vettük a gazdasági szereplők közötti kapcsolatokat befolyásoló tényezők elemzésekor.

IV.4. Az elemzés célja és a hipotézisek

Első feltevésünk arra vonatkozik, hogy a piaci szerkezet hatással van-e arra, hogy a vállalatok üzleti kapcsolataikban mennyire támaszkodnak a bizalomra. Ahogyan azt az előző fejezetben láttuk, a szakirodalom alapján két egymástól eltérő hipotézist állíthatunk fel. Opp nyomán azt feltételezhetjük, hogy minél átláthatóbb adott térben és időben a piac szerkezete, és piaci szereplők viselkedése, annál valószínűbb, hogy a gazdaság szereplőinek viszonyát a bizalom jellemzi. Eme előfeltevésünk Opp azon megállapításán alapul, mely szerint az átláthatóság és a kontrollálhatóság – a szankciók alkalmazásának lehetősége – csökkenti a résztvevők normaszegő viselkedésre való hajlandóságát. (Opp, 1996.) Mivel az információáramlás annál tökéletesebb a piacon, minél kevesebb szereplő van ott jelen, minél kevesebb résztvevő között zajlanak a tranzakciók, feltételezhetjük, hogy az a vállalat melynek vevőköre koncentrált, vagyis amelyik kevesebb vevővel áll kapcsolatban, kapcsolataiban inkább épít a bizalomra, mint az, amelynek vevőköre szórt, amely számára a piac nehezen átlátható és kontrollálható.

Sako ugyanakkor arra mutat rá, hogy bár nagy a kísértés azt feltételezni, hogy a piaci szerkezet hatással van a vállalatközi kapcsolatok típusára, mégsem egyértelmű, hogy a ‘távolságtartó szerződéses viszony’ jellemzőbb atomisztikus piacszerkezet esetén, az ‘elköteleződésen alapuló’ pedig koncentráltabb piacokon (Sako, 1992).

Második hipotézisünk szerint összefüggés van az üzleti kapcsolat tárgyát képező termékek jellege és a bizalmi viszonyok között. Azt feltételezzük, hogy minél inkább ‘testre szabottak’ a termékek, vagyis minél inkább egyedi igényeket elégítenek ki, annál nagyobb az esélye a szerződő felek közötti ‘elköteleződésen alapuló kapcsolat’ kialakulásának (ibid.).

A rendelkezésünkre álló adatbázison ellenőrizzük azt is, hogy van-e összefüggés a vállalatok piaci pozíciója, gazdasági helyzete, perspektívája és aközött, hogy milyen gyakran előlegeznek bizalmat partnereiknek egy-egy gazdasági tranzakcióban. Sako szerint a keresleti várakozások hatással vannak a beszállító-vevői kapcsolatok jellegére. Ennek alapján azt feltételezzük, hogy minél gyorsabb és határozottabb a kereslet növekedése, annál nagyobb

tere van az 'elköteleződésen alapuló kapcsolatok' kifejlődésének a 'távolságtartó kapcsolatok' rovására (ibid.).

Negyedik hipotézisünk szerint a partnerek kooperatív magatartása valamely tranzakciót megelőzően a gazdaság szereplőiben a megbízhatóság érzetét kelti, és növeli a felek közötti bizalom szintjét. Opp szerint ugyanis a cserepartner előzetes kooperatív magatartása a másikat is kooperációra készíti, miután a bizalmi kapcsolatokat erősíti (Opp, 1996).

Azt is ellenőrizni fogjuk, hogy vajon van-e összefüggés a vállalatok mérete és a bizalmi kapcsolatok működése között. Gyakrabban építenek-e az interperszonális viszonyokhoz kötődő bizalmi kapcsolatokra a kis méretű vállalatok, mint a nagy, formálisan erősebben szabályozott bürokratikus szervezetek? A formalizált kapcsolatok erősödéséhez vezet-e a növekedés a szervezeten belül csökkentve a személyes kapcsolatokat, a bizalmi viszonyok szerepét?

A vállalatok tulajdonosi szerkezete és a bizalmi kapcsolatok működése közötti összefüggések verifikálása esetén a külföldi és magyar - ez utóbbin belül állami illetve önkormányzati, magán illetve dolgozói - tulajdonban lévő gazdasági szervezetek társadalmi beágyazottságának különbségeit írhatjuk le. Az előlegezett bizalom, a kötelezettségek és elvárások kiegyenlítetlensége, az aszimmetriák halmaza Coleman terminológiája szerint be nem nyújtott váltóként funkcionál, és minél magasabb a forgalomban lévő váltók mennyisége, annál több a felhasználható társadalmi tőke. (Coleman, 1996.) A változók közti szignifikáns kapcsolat esetén különböző tulajdonformák különbözőképpen járulnak hozzá a szereplők által szabadon felhasználható társadalmi tőke felhalmozásához.

Végül a piac biztonsága, stabilitása megítélésének a vállalkozói magatartásra gyakorolt nyilvánvaló hatása miatt elemzésünkben külön foglalkozunk a gazdasági szereplők biztonságérzetével.

James S. Coleman a társadalmi tőke megteremtését, megőrzését és megsemmisítését befolyásoló tényezők között a társadalmi hálózatok zártsága, az altruizmus ideológiája, a társadalmi kapcsolatok életben tartása, a rendszeres érintkezés mellett fontosnak tartja a társadalmi struktúra stabilitásának szerepét. (Coleman, 1996.) Ismeretes, hogy a rendszerváltást megelőző évtizedekben Magyarországon a második gazdaság társadalmi környezetének stabilitást nélkülöző vonása, a megengedem-megszorítom politika váltogatása a piacokonform viselkedéssel össze nem egyeztethető vállalkozói magatartást – pazarló fogyasztást, rövidtávú, gyors gazdagodásra törekvést, rossz minőséget eredményezett. (Gábor, 1985.)

Adatsorainkon ellenőriztük, befolyásolja-e statisztikailag mérhető módon a kilencvenes évek végén az üzleti környezet biztonságának megítélése, hogy milyen gyakran építenek a gazdaság szereplői a bizalomra, hagynak-e "be nem nyújtott váltókat" forgalomban, avagy szimmetrikus viszonyok kialakítására törekcsenek, és az informális kapcsolatokat írásban rögzített feltételekkel és szankciókkal, szerződéses viszonyokkal helyettesítik.

Elemzésünkben a Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem Szociológiai és Szociálpolitikai Tanszék által végzett Vállalati Panelvizsgálat 1999. évi adatbázisát

használjuk. Az adatfelvétel alapsokaságát a gyártással foglalkozó ipari vállalatok köre képezi. A mintavétel rétegzett területi elhelyezkedés és létszám kategóriák szerint.

IV.5. A függő változó definiálása és az alkalmazott módszerek

A vállalati magatartás vizsgálata során a gazdasági szereplők közötti bizalmi kapcsolatokra vonatkozó rész a szóbeli és írásbeli szerződések, megállapodások születésének és a gazdasági cselekvésnek az összefüggéseit kutatja, arra kérdez rá, hogy milyen gyakran fordul elő, hogy az írásbeli szerződések megkötése előtt elkezdődik a felek között a tranzakciók bonyolítása. A kérdőívben a következő kérdés szerepelt: Mennyire jellemző önökre, hogy üzleti partnereiknek még az írásos szerződés megkötése előtt, szóbeli megállapodás alapján elkezdik a gyártást, szolgáltatást? Egyáltalán nem jellemző (1) Inkább nem jellemző (2) "Is-is" (3) Jellemző (4) Nagyon jellemző (5).

A bizalmi kapcsolatok erősségét kizárólag azzal mérjük, hogy a gyártás vagy a szolgáltatás nyújtása megelőzi-e az írásos megállapodások megkötését. Erősnek tekintjük a bizalmi kapcsolatokat ott, ahol gyakran előfordul az, hogy a gazdasági tranzakciók elkezdődnek már a szóbeli megállapodás alapján, és gyengének ott, ahol ez nem vagy nem gyakran fordul elő. Az elemzés során meghagytuk az eredeti ötfokú skálát, és ennek megfelelően a bizalom szintjét nagyon magasnak tekintettük ott, ahol "nagyon jellemző", magasnak, ahol "jellemző", hogy kizárólag szóbeli megállapodás alapján elkezdődik a gyártás, illetve szolgáltatás, közepesnek ott, ahol "is-is" a válasz, valamint alacsonynak illetve nagyon alacsonynak az "inkább nem jellemző" és az "egyáltalán nem jellemző" válaszok esetén.

Tanulmányunkban a vállalatok közötti bizalmi viszonyoknak tehát csak egyetlen aspektusát, mégpedig a Sako által 'szerződéses bizalomnak' nevezett bizalom típust áll módunkban vizsgálni. Ahogyan már korábban utaltunk rá, a 'szerződéses bizalom' - csakúgy, mint a másik fél hozzáértésébe vetett bizalom - egy bizonyos szintjére bármely üzleti kapcsolat zökkenőmentes működéséhez szükség van. Ahhoz, hogy a hazai feldolgozóipari vállalatok közötti üzleti kapcsolatokat elhelyezhessük a Sako által bevezetett két ideáltípus, a 'távolságtartó' és az 'elköteleződésen alapuló szerződéses kapcsolatok' között, további ismeretekkel kellene rendelkezünk, mindenekelőtt a szervezetek közötti 'goodwill bizalom' mértékéről. A távolságtartó és az elköteleződésen alapuló kapcsolatok közötti választó vonal ugyanis leginkább a 'goodwill bizalom' jelenléte vagy hiánya mentén húzható meg.

Ezen kutatás keretei között tehát nem nyílt lehetőségünk arra, hogy a hazai feldolgozóipari vállalatok üzleti kapcsolatainak mintáját összevethessük a Sako által elemzett japán és brit vállalati mintával (1992). Tudomásunk szerint eddig egyetlen kutatás vállalkozott a fenti összehasonlításra. Whitley és szerzőtársai (1996) az 1990-es évek elején az átalakuló magyar gazdaság nagy iparvállalatai közötti szerződéses kapcsolatokat (beszállítói, vevői és versenytársak közötti) vizsgálták. Az empirikus elemzés némileg meglepő eredményt hozott.

A szerzők azt találták, hogy a beszállítói és vevői kapcsolatok az ‘elköteleződésen alapuló szerződéses kapcsolatokhoz’, vagyis a “japán” gyakorlathoz állnak közelebb, semmint az “angolszász” vállalatokat jellemző ‘távolságtartó szerződéses kapcsolatokhoz’. A vizsgált hazai vállalatok vevői kapcsolatai az ‘elköteleződésen alapuló szerződéses kapcsolatok’ ideáltípusához képest a kölcsönös függés alacsonyabb foka, a formális szerződésekre való támaszkodás nagyobb mértéke és a kockázatok megosztásának hiánya tekintetében térnek el. A beszállítói kapcsolatok - amelyek szintén inkább az elköteleződésen alapuló viszonyokra emlékeztetnek - a kölcsönös függés és a hosszú távú elköteleződés terén különböznek a “japán” gyakorlattól (Whitley et al. 1996).

A hazai feldolgozóipari vállalatok általunk elemzett mintáján a szerződéses bizalom mértékére vonatkozóan a következő eredményeket kaptuk. Az alapsorok megoszlása alapján a vállalatok 39,2%-ánál gyakran előfordul, hogy bízva partnerükben szóbeli megállapodás alapján megkezdik a gyártást, szolgáltatást. Ettől csak kevéssel marad el azok aránya (36,2 %), amelyeknél ez egyáltalán nem, vagy csak igen ritkán fordul elő.

1. táblázat

A gazdasági szereplők megoszlása aszerint, hogy milyen gyakran játszik szerepet gazdasági cselekvéseikben a bizalom

A bizalom szintje	N	%
Nagyon alacsony	72	19,0
Alacsony	65	17,2
Közepes	93	24,7
Magas	101	26,9
Nagyon magas	46	12,3
<i>Összesen</i>	<i>377</i>	<i>100,0</i>

Elemzésünk során a szerződéses bizalom fokát mérő változó kapcsolatát vizsgáltuk más változókkal, keresve a bizalmi kapcsolatokra ható tényezőket. Független változóként a kérdőív eredeti kérdéseinek használatára törekedtünk. Elemzésünkhöz azonban arra is szükség volt, hogy új változókat hozzunk létre. Ezt általában több azonos jellegű változó összevonásával (összeadásával) tettük meg, néhány esetben pedig dichotóm változókká transzformáltuk az eredeti adatokat.

A változók közötti kapcsolatot a megfelelő alapsorok és kereszttáblák elemzésével, illetve ezek adataival végzett statisztikai számításokkal igyekeztünk feltárni. A kapcsolat tényét χ^2 próbával ellenőriztük, ahol határértéknek az 5 %-os szignifikanciát tekintettük. Az egyes változók mérési szintjének függvényében asszociációs és kontingencia együtthatót is számoltunk, illetve szóráselemzéssel vizsgáltuk a változók közti összefüggést. A számításokhoz az SPSS statisztikai programcsomagot használtuk.

IV.6. A piaci szerkezet koncentrálttsága és a bizalmi viszonyok összefüggései

Eltérő hipotéziseket fogalmaztunk meg bevezetőnkben a piaci szerkezet koncentrálttsága és a bizalmi viszonyok kapcsolatára vonatkozóan Karl Dieter Opp és Mari Sako elmélete alapján. Míg Opp egyértelműen ok okozati kapcsolatot tételez aközött, hogy milyen mértékben atomizált (szórt) a vevőkör, Sako szerint a beszállítói-vevői kapcsolat típusa független a piaci koncentráció mértékétől. Elemzésünk során az összefüggéseket a piaci koncentráció fogalmának többféleképpen történt definiálása alapján ellenőriztük.

Az eredeti kérdőív több olyan kérdést is tartalmazott, amely a vállalatok piacára, annak összetételére és változására vonatkozott. Ilyenek voltak:

- a különböző jellegű termékek (egyedi darab, kisszéria, tömegcikk, folyamatos termék, szolgáltatás) részesedése az üzleti forgalomból,
- az üzleti forgalom százalékos megoszlása az egyes vásárlói típusok (nagykereskedelem, kiskereskedelem, más vállalat, személyi fogyasztó, közintézmény) között,
- a legnagyobb vásárló részesedése a teljes üzleti forgalomból,
- a piac területi kiterjedése,
- a piac volumenének csökkenése vagy növekedése,
- a piacra újonnan belépő vásárlók részesedése az üzleti forgalomból.

A piaci szerkezet definiálásánál feltételeztük, hogy vizsgálatunk szempontjából csak annak van jelentősége, hogy az adott cég vásárlói mennyire szórtak, illetve mennyire koncentráltak. Szórtnak tekintettük azt a vevőkört, amely jellemzően személyi fogyasztókból vagy kiskereskedőkből, koncentrálnak pedig azt, amelyik “nagy” vevőkből (nagykereskedelmi cégek, közintézmények, további feldolgozásra vásárló vállalatok) áll. A harmadik kategóriába a vegyes piaccal rendelkező vállalatok kerültek.

Ez alapján kétféle változót is definiáltunk. Az egyik esetben megköveteltük, hogy az adott vásárlói csoporttól származzon az üzleti forgalom 100 százaléka, ily módon három “homogén” kategóriát hoztunk létre. A másik esetben csak a dominanciát vártuk el (az adott vevőcsoport 50 %-nál nagyobb részesedése az összforgalomból).

2. táblázat

A piaci szerkezet koncentrálttsága a vásárlók különböző típusainak az üzleti forgalomból való részesedése alapján

	Homogén		Domináns	
	N	%	N	%
Koncentrált	140	38,3	281	77,0
Vegyes	198	54,3	18	5,0
Szórt	27	7,3	66	18,0
<i>Összesen</i>	<i>365</i>	<i>100,0</i>	<i>365</i>	<i>100,0</i>

A piaci szerkezet jellemzésére egy harmadik változót is bevezettünk az alapján, hogy mennyire meghatározó a vállalat piacán a legnagyobb vásárló. Ebből a megközelítésből azt a piacot tekintettük koncentrálnak, ahol a legnagyobb vásárlótól származik az üzleti forgalom legalább 50 %-a. Minden más vállalat a szórt vevőkörű kategóriába került. Ha ezt a felosztás összehasonlítjuk az előbbivel, megállapítható, hogy a koncentrált és a szórt vevőkörű cégek közel felében megmarad az előbbi definíció szerinti besorolást, míg a vegyes piaci szerkezettel rendelkező vállalatokat egyötöd-négyötöd arányban osztja szét a koncentrált, illetve a szórt kategóriák között. E szerint a definíció szerint koncentrált vevőkörrel rendelkezik a vállalatok 27 %-a, míg 73 % vevőköre szórt.

A fentiek mellett megvizsgáltuk a piac területi koncentrálttságát is. Ennek mérésére a kérdőívben szereplő kérdést (Fő termékeinek, illetve szolgáltatásainak legjellemzőbb piaca jelenleg) változtatás nélkül használtuk. A piacot annál koncentráltabbnak tekintettük, minél kisebb földrajzi területre terjed ki.

3. táblázat

A vállalatok megoszlása a piac területi koncentrálttsága szerint

	N	%
Kisebb lakókörzet	13	3,7
Egy település egésze	25	6,7
Több település	58	15,7
Egy vagy több megye	58	15,8
Az egész ország	147	40,2
Több ország	65	17,8
<i>Összesen</i>	<i>366</i>	<i>100</i>

A piac legelső módon (vagyis homogén vevőcsoportok kialakításával) mért koncentrációja a területi koncentrációval fordított összefüggést mutat: Az egész országra és a több országra kiterjedő piacok esetében az átlagosnál gyakoribb a koncentrált piacú vállalkozás, míg a kisebb területen értékesítő cégek piaca inkább szórtnak tekinthető, vagyis ezekben az esetekben az átlagosnál magasabb a kiskereskedelem és a személyi fogyasztók részesedése az üzleti forgalomból.

A továbbiakban megvizsgáltuk a fentiek szerint különbözőképpen definiált piaci koncentráció hatását a bizalomra. Az elemzést kétdimenziós kereszttáblák alapján esélyhányadosok, kontingencia együtthatók és χ^2 statisztikák segítségével végeztük. Vizsgálatunk azt mutatta, hogy a piaci szerkezet és a bizalmi viszonyok között nem mutatható ki statisztikailag szignifikánsnak mondható összefüggés – bármelyik indikátorát is használjuk a piaci szerkezetnek. Tipikusnak tekinthető például az alábbi táblázat.

4. táblázat

A különböző (“homogén”) piaci szerkezetű vállalatok megoszlása a bizalom foka szerint

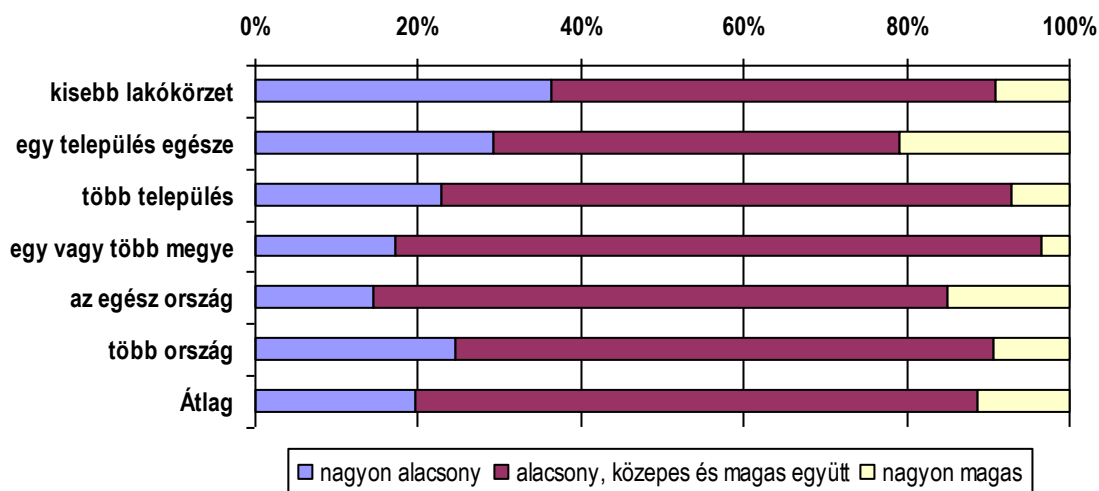
		nagyon alacsony	alacsony	Közepes	magas	nagyon magas	Összesen
Koncentrált	N	23	20	39	37	20	140
	%	16.5	14.6	28.0	26.3	14.6	100,0
Vegyes	N	37	40	44	53	21	194
	%	18.9	20.3	22.7	27.2	10.9	100,0
Szórt	N	7	2	9	6	3	27
	%	27.0	7.3	32.0	21.7	11.9	100,0
Összesen	N	67	62	92	95	45	361
	%	18.6	17.1	25.5	26.4	12.4	100,0

A százalékos megoszlásokat összehasonlítva észrevehető, hogy ha csak a nagyon alacsony és a nagyon magas bizalmi szintű kategóriákat tekintjük, az megerősíteni látszik kiinduló hipotézisünket, miszerint a koncentráltabb piac inkább bizalomerősítő hatású, míg a szórt piacú vállalatok kapcsolataikban kevésbé építenek a bizalomra. Az adatok együttes elemzése azonban rácsófol erre, mint ahogy a kontingencia együttható 0-hoz közeli értéke, illetve a χ^2 próbával végzett függetlenségvizsgálat is. A χ^2 statisztikának a táblázat alapján számolt értéke ugyanis csak 7,054, szemben az eloszlásfüggvény $(5-1)*(3-1)=8$ szabadsági fokhoz és 5 %-os szignifikanciaszinthez tartozó 15,5 elméleti értékével, vagyis a két változó közti függetlenség hipotézisét nem vethetjük el.

Ugyanakkor a bizalmi fokának szélső értékeivel kapcsolatos előbbi megállapításunkból kiindulva kísérletet tettünk arra, hogy megvizsgáljuk egy olyan módosított változó összefüggéseit is, ahol a nagyon alacsony és nagyon magas értékeket meghagytuk, a középső három kategóriát (magas, közepes, alacsony) pedig egyetlen közepes kategóriába vontuk össze. Bár a kontingenciatáblák adatai az előbbieknél egy kissé szorosabb kapcsolatot engedtek sejteni, szignifikáns kölcsönhatás ezekben az esetekben sem mutatható ki. A χ^2 próba csupán egyetlen esetben – a területi koncentrációnál – közelítette meg (de itt sem érte el) az általunk határértékként tekintett 5 %-os szignifikanciát.

1. ábra

A bizalom szintje szerinti megoszlás a piac különböző mértékű területi koncentrációja esetén



A diagramon szemléletesen látszik, hogy a kisebb területi egységekre vonatkozó piacoknál növekszik a “nagyon alacsony” bizalmi szintet mutató vállalkozások aránya. Ez alapján azt gondolhatnánk, hogy a piac területi koncentrációjának fokozódásával a vállalkozások egyre kevésbé építenek üzleti kapcsolataikban a bizalomra. Azonban ha a diagram túlsó szélét – a bizalom “nagyon magas” fokán álló vállalatok arányát – tekintjük, hasonló tendencia nem mutatkozik, az adatok itt erősen szóródnak.

Hogy a piaci szerkezetre vonatkozó fenti eredményeinket ellenőrizzük, illetve finomítsuk, visszatértünk a kérdőív eredeti változóihoz, amelyek az öt vásárlótípus mindegyikére külön-külön adták meg az összes üzleti forgalomból való százalékos részesedés mértékét. Ezeket intervallum szintű mérési skálán mért változóknak kezelve mindegyikre varianciaanalízist végeztünk. Eredményeink teljes mértékben megerősítették az előbbieket, vagyis azt, hogy a piac fenti módon értelmezett koncentráltsága vagy szórtsága nincs hatással a vállalatok kapcsolataiban megjelenő bizalomra, vagy éppen a bizalom hiányára.

IV.7. A termék jellege és a bizalom

Mari Sako elmélete alapján megfogalmazott másik hipotézisünk szerint minél inkább “testre szabottak” a termékek (minél inkább egyedi igényeket szolgálnak ki), annál kiterjedtebb és szorosabb együttműködésre van szükség a vállalat és a vevője között, és annál nagyobb a bizalom szerepe a kapcsolataikban. Ez a feltevés nem mond ellent Karl Dieter Opp megállapításainak sem, hiszen az egyedi vagy kisszériás termékek esetében a piac rendszerint átláthatóbb és könnyebben kontrollálható, mint tömegcikk esetében.

Ennek ellenőrzésére megvizsgáltuk, hogy találunk-e kapcsolatot a termék jellege és a bizalom között. Az előbbiekhöz hasonló eljárással (a kérdőív eredeti öt változóját összevonva) létrehoztuk a termékjellegét mutató egyetlen változót. Ennek alapján egy csoportba soroltuk azokat a vállalatokat, amelyeknél az üzleti forgalmat teljes egészében a kisszériás termékek és az egyedi darabok adják. Egy másik kategóriát képeztek azok, ahol az üzleti forgalom kizárólag tömegcikk és folyamatos termékek értékesítéséből származik. Sajátosságai miatt a tisztán szolgáltatásokat értékesítő cégeket – minden ötödik ilyen – külön kategóriába soroltuk. Az utolsó “vegyes” kategóriába a cégek közel fele került.

Ha a termék jellegét összevetjük a vevőtípusok szerint képzett piaci szerkezettel, megállapíthatjuk, hogy a kettő nem független egymástól. A koncentrált vevőkörű cégek esetében ugyan mindhárom termékjelleg az átlagnál nagyobb részarányt mutat, de a szórt vevőkörű (kiskereskedelem, személyi fogyasztók) cégeknél már más a helyzet. Itt az egyedi vagy kisszériás termékeket forgalmazó és különösen a szolgáltatást nyújtó cégek aránya lényegesen nagyobb az átlagnál, míg a tömegcikkeket és folyamatos termékeket kínálók részaránya átlag alatti. A vegyes vevőkörű vállalatok termékkínálata is jellemzően vegyes.

5. táblázat

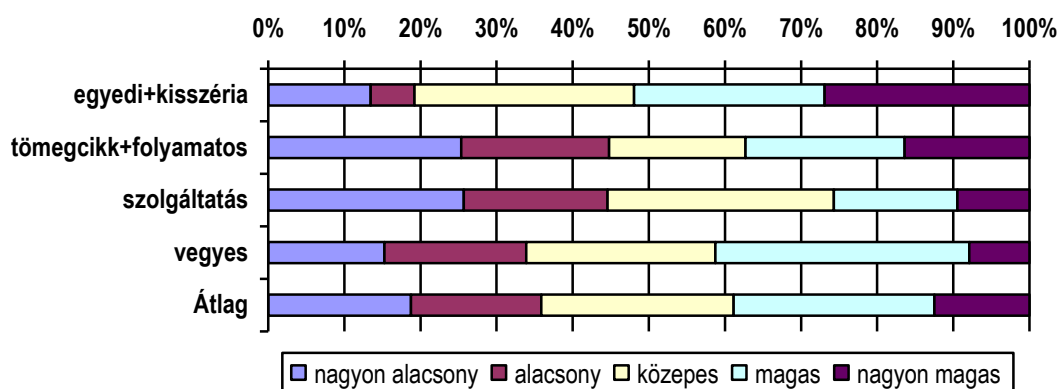
A különböző piaci szerkezetű vállalatok megoszlása a termék jellege szerint

A termék jellege	Piaci szerkezet a vásárlók típusa szerint							
	Koncentrált		Vegyes		Szórt		Összesen	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Egyedi+kisszéria	24	16,8	26	12,9	5	19,2	54	14,9
Tömegcikk+folyamatos	33	23,3	31	15,5	4	14,6	67	18,5
Szolgáltatás	30	21,1	30	15,0	8	32,4	68	18,6
Vegyes	54	38,8	112	56,5	9	33,8	175	48,1
Összesen	140	100,0	198	100,0	25	100,0	364	100,0

Elemzésünk ezúttal igazolta kiinduló hipotézisünket, azaz valóban kimutatható kölcsönhatása a termék jellege és kapcsolatokban megjelenő bizalom között: statisztikai próbával is megerősíthető, szignifikáns összefüggés mutatkozott a két változó között ($\chi^2 = 32,432 > \chi^2_{n=12, p=0,95} = 21,0$). Az összefüggés jellege az alábbi diagramról egyértelműen látható: a egyedi igényeket kiszolgáló vállalkozások az átlagosnál lényegesen gyakrabban építenek a bizalomra a partnerkapcsolatokban.

2. ábra

A vállalatok megoszlása a termékjelleg alapján definiált piaci szerkezet szerint



A kapcsolat “finomszerkezetének” feltárásához külön-külön is megvizsgáltuk mind az öt terméktípus részesedését az üzleti forgalomból, szórásелемzéssel vizsgálva a bizalommal való összefüggésüket. Ezt követően a kapott összefüggések ellenőrzése céljából egy harmadik módon képzett termékjelleg-változóval is elvégeztük a vizsgálatot. Ehhez először öt dichotóm változót képeztünk aszerint, hogy az adott vállalatnál előfordul-e valamely terméktípus, vagy sem.

Mindkét módon ugyanazt az eredményt kaptuk. Eszerint az öt terméktípus közül kettőnél kaptunk figyelemre méltó eredményt: a kisszériás termékeknél és a szolgáltatásoknál.

6. táblázat

Az egyes terméktípusok aránya az üzleti forgalomban a különböző bizalmi szintű kategóriákban (%)

A bizalom foka	egyedi darab	kisszéria	tömegcikk	folyamatos termék	szolgáltatás
Nagyon alacsony	20,5	10,3	14,4	19,3	35,3
Alacsony	14,6	11,0	11,0	21,0	42,2
Közepes	17,5	18,5	14,9	11,7	37,4
Magas	15,8	22,5	14,6	19,0	25,8
Nagyon magas	19,3	25,8	13,5	17,4	23,6
Összesen	17,3	17,7	13,9	17,3	33,0
Szignifikancia	0,780	0,009	0,947	0,399	0,041

A kisszériás termékek arányának vizsgálata azt mutatja, hogy elsősorban ezekkel, és kevésbé az egyedi darabok értékesítésével függ össze a “testre szabott” termékeknél jellemző bizalmi kapcsolat. Minél magasabb ugyanis a bizalom foka, annál magasabb az üzleti forgalmon belül a kisszériás termékek aránya, míg az egyedi termékek esetében ilyen összefüggés nem mutatható ki.

A másik figyelemre méltó eredmény a szolgáltatásoknál mutatkozik. Az előbbi grafikonról is látható, hogy a tisztán szolgáltató profilú szervezetek hasonlóságot mutatnak a tömegcikkeket/folyamatos termékeket gyártó vállalatokkal, sőt, körükben még inkább jellemző a bizalomhiány, hiszen a magasabb fokú bizalom előfordulási aránya e csoportban a legalacsonyabb. A táblázat adatai is megerősítik ezt az összefüggést: minél inkább jellemzőbb a vállalati kapcsolatokban a bizalomra építés, annál kisebb a szolgáltatások százalékos részesedése a cég üzleti forgalmából.

Ez az eredmény azért is meglepő, mert ellentmondani látszik a szolgáltatásokkal kapcsolatos szakirodalmi megállapításoknak, a szolgáltatásmarketing alapelveinek. Ezek szerint ugyanis a szolgáltatások lényeges jellegzetessége, hogy a termékekkel szemben nincsenek olyan mérhető fizikai tulajdonságaik, ami alapján a minőséget definiálni és mérni lehetne. Ezért a szolgáltatások értékesítésében sokkal nagyobb szerep jut a környezeti feltételeknek, illetve a bizalomnak. Az eltérésre részben magyarázat lehet, hogy a szolgáltatásoknál elsősorban a vevő oldaláról kell e bizalomnak megnyilvánulni, míg jelen munkánkban inkább az eladó részéről mutató bizalom képezi a vizsgálat tárgyát. Ez tulajdonképpen a bizalom kölcsönösségének kérdését veti fel, azt, hogy a bizalom mennyire lehet a partnerek részéről is megnyilvánuló bizalomra adott válasz.

IV. 8. A megelőlegezett bizalom a vállalatok piaci pozíciója, gazdasági helyzete és azok változása függvényében

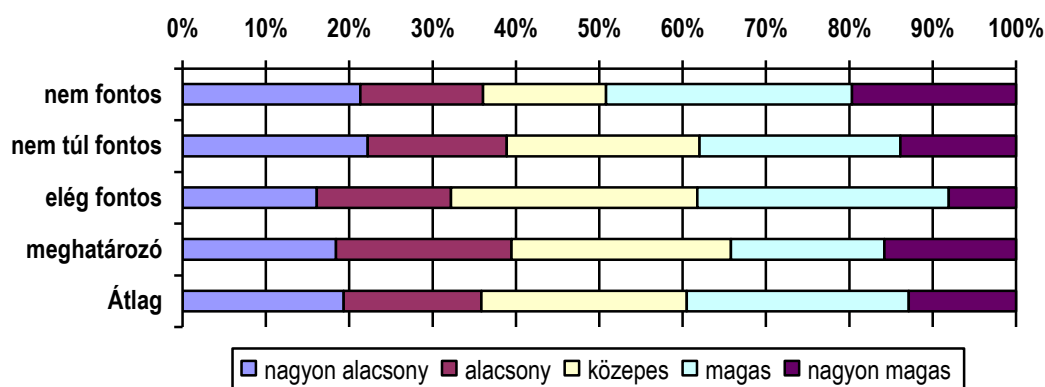
Mari Sako szerint növekvő gazdaságban illetve iparágban nagyobb tere van a bizalmi kapcsolatoknak, mint statikus gazdaságban, ahol az egyik szereplő csupán a másik rovására növekedhet. Ennek nyomán hipotézisünk úgy szólt, hogy a kedvező gazdasági perspektíva a piaci szereplők körében nagyobb valószínűséggel vezet a bizalom megelőlegezésére, 'elköteleződésen alapuló kapcsolat' kifejlődésére, míg kedvezőtlen piaci helyzetben a vállalatok a 'távolságtartó kapcsolatokat' preferálják.

A fenti összefüggések fordítva is érdekes kérdést vetnek fel, nevezetesen, hogy a bizalomnak van-e valamilyen szerepe a vállalatok növekedésében; illetve a bizalom hiánya nem eredményezi-e a piac beszűkülését, csökkenését?

A piaci pozíció méréséhez a cég szakmában elfoglalt helyére, szerepére vonatkozó kérdést használtuk: Ön hogyan látja, melyik állítás írja le az Ön cégének helyzetét a szakmában? A felsorolt négy válaszlehetőségből a cégek tizede választotta a "meghatározó szerep", 41,7 % pedig az "elég fontos szerep" minősítést, vagyis a cégek mintegy felel gondolja saját szerepét jelentősnek. A megkérdezettek további 30,6 %-a szerint "nem túl fontos szerepet" tölt be a cég a szakmában, végül 16,9 % véli úgy, hogy "nincs fontos szerepük".

3. ábra

A különböző piaci jelentőséggel bíró vállalatok megoszlása a bizalom szintje szerint



A grafikon alapján úgy tűnik, a vállalat szerepének, piaci dominanciájának erősödése a bizalom csökkenő szerepével jár együtt – bár a meghatározó szerepű vállalatoknál a “nagyon magas” bizalmi fokot mutató cégek aránya újból ugrásszerűen megnő. Ugyanakkor a másik oldalról, vagyis a bizalom alacsony szintje vagy hiánya oldaláról hasonló tendencia nem mutatkozik (hacsak az nem, hogy a bizalomhiány, a nagyon alacsony bizalmi fok, a kevésbé fontos vállalatok között valamivel gyakoribb az átlagosnál, a fontos és meghatározó cégek esetében pedig némileg elmarad attól). A statisztikai számítások azonban nem erősítik meg a diagramra (illetve a megfelelő kontingenciátáblára) alapozott sejtéseinket, vagyis nem mutatható ki kapcsolat a két változó között. ($\chi^2 = 14,380 < \chi^2_{n=12} = 21,0$).

A piaci pozíció változására a kérdőív alábbi kérdése vonatkozott: Az Önök termékeinek, szolgáltatásainak piaca az utóbbi három évben hogyan változott? A válaszok szerint a vállalatok mintegy harmadának (32,6 %) nem változott a piaca, kétharmad válaszolt úgy, hogy a piac változott, ezen belül inkább a piac bővülése jellemző (38,6 %).

7. táblázat

A bizalom foka szerinti megoszlás a piac különböző irányú változásai esetén

		nagyon alacsony	alacsony	Közepes	Magas	nagyon magas	Összesen
Szűkült	N	25	22	22	27	9	105
	%	23.9	20.5	21.3	25.4	8.9	100,0
Nem változott	N	20	20	29	36	14	119
	%	16.7	16.5	24.5	30.6	11.7	100,0
Bővült	N	26	23	40	34	20	143
	%	18.1	16.3	28.1	23.5	13.9	100,0
Összesen	N	71	65	92	97	43	368
	%	19.3	17.6	25.0	26.3	11.8	100,0

A piac bővülése/szűkülése és a bizalom összefüggéseit vizsgálva hasonló megállapításokat tehetünk, mint a fentebb elemzett táblázatnál. A bővülés inkább a bizalommal, míg a piac szűkülése a bizalom hiányával mutat összefüggést, de itt is csupán a nagyon magas és a nagyon alacsony bizalmi szinteknél érzékelhető ez a fajta kapcsolat. A kontingencia együttható alacsony értéke és a χ^2 próba ($\chi^2 = 6,115 < \chi^2_n = 8$, $p = 0,95 = 15,5$) azonban most is a két változó közti függetlenséget erősíti meg.

Ugyanerre az eredményre – vagyis a változók közti kapcsolat hiányára – jutunk, ha a piac bővülését a piacra újonnan belépő vásárlók forgalomból való részesedésével mérjük (A tavalyi év üzleti forgalmának hány százalékát adták olyan új megrendelők, akik korábbi években nem vásároltak Önöktől?). Az új vásárlók részesedése egyik bizalmi kategóriában sem tér el szignifikáns mértékben az átlagos 18,8 %-tól.

IV.9. A regionális hovatartozás és a bizalmi viszonyok

A gazdasági szervezetek piaci környezetének változását jól szemléltetheti azok regionális hovatartozása is. Miután Magyarország földrajzi régióiban a gazdaság és a piaci kereslet növekedési üteme eltérő, Mari Sako alapján feltételezhetjük, hogy a fejlettebb, prosperáló országrészek gazdasági szereplőire inkább jellemző a bizalmi viszonyok működése, mint a stagnáló területek vállalataira.

E feltevésből kiindulva a következőkben megnéztük, hogy van-e statisztikailag igazolható összefüggés a regionális hovatartozás és a bizalmi kapcsolatok működése között. A gazdasági szervezeteknek a gyarapodó, az infrastruktúra és az iparosodás szempontjából fejlett térségekben való működése, vagy inkább a modernizációs folyamatok által kevésbé érintett régiók jelentenek a tradicionális társadalmi viszonyok fennmaradása révén a bizalmi viszonyok működéséhez kedvező társadalmi környezetet?

A mintában szereplő vállalatokat területi hovatartozásuk alapján hét régióba soroltuk, ahol a régiók megegyeznek a jelenleg használt tervezési-statisztikai régiókkal. A vállalatok relatív többsége a Közép-Magyarországi régióban (Budapest és Pest megye) működik. Mintegy ötödük a fejlettebbnek és iparosodottnak mondható Nyugat- és Közép-dunántúli régióban található, és hasonló nagyságrendű az Észak és Dél-alföldi cégek száma is.

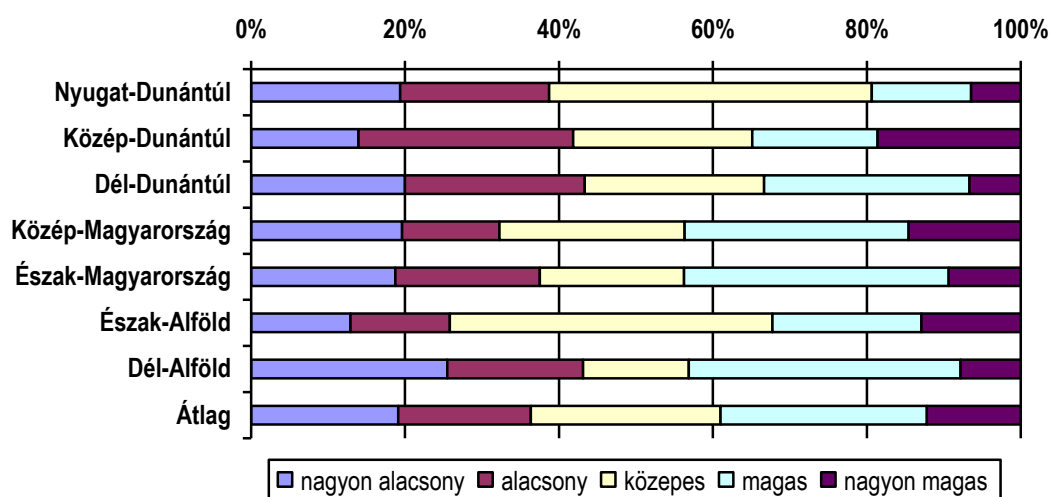
8. táblázat

A vállalatok regionális megoszlása

	N	%
Nyugat-Dunántúl	31	8,1
Közép-Dunántúl	45	11,8
Dél-Dunántúl	31	8,1
Közép-Magyarország	160	41,9
Észak-Magyarország	32	8,4
Észak-Alföld	31	8,1
Dél-Alföld	52	13,6
Összesen	382	100,0

4. ábra

A bizalom szintje szerinti megoszlás a regionális hovatartozás függvényében



Bár a diagram alapján úgy tűnik, a gazdasági fejlődésben, befektetésekben élenjáró nyugati megyék esetében a bizalmi tényezők szerepe alacsonyabb az átlagnál. Méginkább látszik a különbség a közép- és észak-magyarországi régiókkal összehasonlítva. Figyelemre méltó a dél-alföldi régió is, ahol a vállalatok bizalmi kapcsolatai “szélsőségesebbnek” tűnnek, hiszen itt mind a magasabb, mind az alacsonyabb fokú bizalom gyakoribb az átlagnál. Mindezek ellenére most is azt mondhatjuk, hogy ebben határozott tendenciát, a területi elhelyezkedésből adódó szignifikáns különbséget nem tudtunk kimutatni ($\chi^2 = 30.33586 < \chi^2_{n=24} = 36,4$).

Valamelyest erősebb összefüggés tapasztalható, ha csak Budapest-vidék viszonylatban vizsgáljuk a problémát. Eszerint a fővárosi vállalatok – minden harmadik ilyen – kapcsolataiban valamelyest erősebben érvényesülnek a bizalmi tényezők, mint a vidéki cégek esetében. A χ^2 próba azonban itt sem eredményez legalább 5 %-os szignifikanciát, a kontingencia együttható értéke pedig alacsonyabbnak bizonyult, mint az előző esetben.

IV.10. A bizalom és a másik fél előzetes kooperációja

Opp megállapítja, hogy az üzleti partner magatartása, az “előzetes kooperáció” nagyobb valószínűséggel készíti kooperációra a másik felet, nagyobb mértékben ébreszt bizalmat, mint annak hiánya, a “magatartási bizonytalanság”.

A bizalom kölcsönösségére vonatkozó előbbi problémafelvetést a vevők kooperatív magatartásával - a partnerek fizetési elmaradásaival – foglalkozó kérdés segítségével ellenőriztük, amely így hangzott: Mennyire jellemezte ezt az évet, hogy a partnereik nem tettek eleget időben fizetési kötelezettségeiknek? A válaszok alapján azt vizsgáltuk, hogy a bizalom mennyire tekinthető a kooperatív magatartás “jutalmának”, illetve a partnerek esetleges normaszegő magatartását szankcionálják-e a vállalatok a bizalom megvonásával.

9. táblázat

Jellemző-e, hogy a vállalat partnerei késlekednek a fizetéssel

	N	%
Nagyon jellemző	37	10,1
Jellemző	62	16,7
Is-is	105	28,5
Inkább nem jellemző	66	17,8
Egyáltalán nem jellemző	100	27,0
<i>Összesen</i>	<i>369</i>	<i>100,0</i>

A vállalatok majdnem felénél nem jellemző, hogy a partnerek késlekednének a fizetési kötelezettségeik teljesítésével. Csak minden tizedik cég jelezte, hogy ez gyakori probléma, de további 16,7 százaléknál is jellemzően előfordul a késedelem.

A bizalom és a partner magatartása közti összefüggés vizsgálata nem erősítette meg az előzetes feltevésünket. Azt vártuk, hogy minél inkább kooperatív magatartást mutatnak a partnerek, annál inkább erősödik a megbízhatóság érzete, ami a bizalmi kapcsolatok erősödését vonja maga után. Ezzel szemben az adatok a következőket mutatják.

10. táblázat

A bizalom foka szerinti megoszlás a partnerek fizetési elmaradásainak függvényében

A partnerek késedelmes fizetése		Nagyon alacsony	Alacsony	Közepes	Magas	Nagyon magas	Összesen
Nagyon jellemző	N	5	6	10	11	5	37
	%	13,4	16,0	26,5	30,4	13,6	100,0
Jellemző	N	13	10	13	14	10	61
	%	21,9	15,6	22,0	23,4	17,1	100,0
Is-is	N	19	16	28	30	10	103
	%	18,0	15,6	27,5	29,2	9,8	100,0
Inkább nem jellemző	N	10	11	22	16	6	65
	%	15,1	17,1	33,9	25,3	8,6	100,0
Egyáltalán nem jellemző	N	24	19	16	26	13	98
	%	23,9	19,6	16,7	26,9	12,9	100,0
Összesen	N	70	62	90	98	44	364
	%	19,3	17,0	24,7	27,0	12,0	100,0

Látható, hogy éppen a legkevésbé kooperatív magatartást tanúsító partnerek esetében a legnagyobb bizalom szintje és fordítva, a leginkább normakövető partnerek esetében az alacsony szintű bizalmat mutató vállalkozások előfordulása az átlagosnál gyakoribb. Az adatok szóródása viszont azt jelzi, hogy a két változó között nincs közvetlen összefüggés ($\chi^2 = 4,475 < \chi^2_n = 16$, $p = 0,95 = 26,3$). Másképpen fogalmazva azt mondhatjuk, hogy a partnerkapcsolatokban megmutatkozó normakövető vagy normaszegő magatartás nem befolyásolja statisztikailag szignifikánsan a felek közötti bizalom szintjét, nem magyarázza meg a bizalmi kapcsolatok alakulását.

IV. 11. A vállalati méret és a bizalmi viszonyok

A vállalati méret meghatározásának általánosan elfogadott módja az alkalmazotti létszám szerinti kategóriák kialakítása. A szokásos felosztás szerint mikro-, kis-, közepes és nagyvállalatokról beszélhetünk, ahol a kategóriahatárok 10, 50 és 300 fő. Elemzésünk során – abban bízva – hogy árnyaltabb különbségekre is fény derülhet, ennél finomabb felosztást alkalmaztunk azáltal, hogy a 300 fő alatti cégek esetében a fenti kategóriák mindegyikét még kettébontottuk. Eszerint a vállalatok közel egyharmada esik a legkisebb 0-5 fős kategóriába, további egynegyede pedig 6-10 főt foglalkoztat. A megkérdezett cégeknek tehát valamivel több mint fele (56 %) mikrovállalkozás. A vállalatok második legnépesebb csoportja a

kisvállalkozásoké, minden harmadik esik ebbe a kategóriába. A középvállalkozások aránya 10 % alatt marad, a nagyvállalkozások közül pedig mindössze néhány került be a mintába. Az egész mintasokaságra számított átlagos állományi létszám 46 fő.

11. táblázat

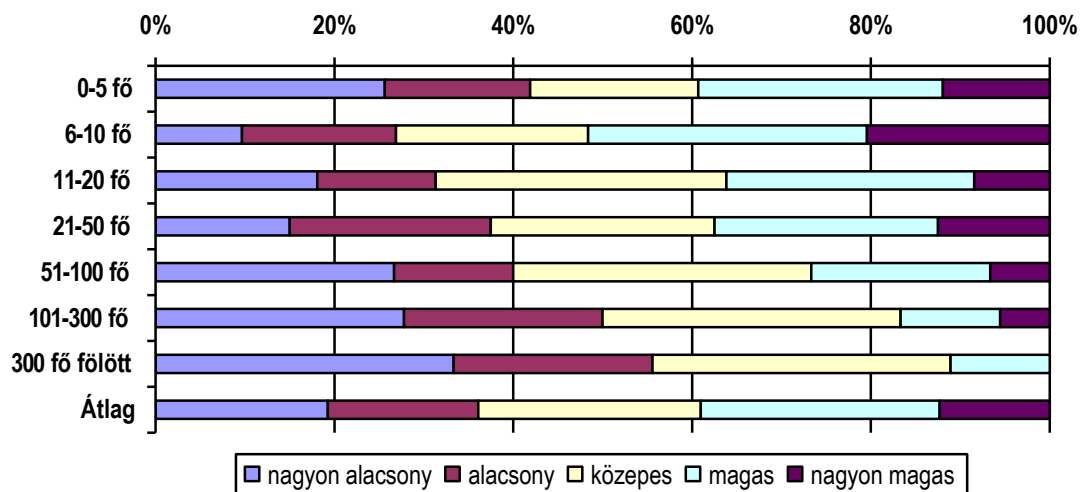
A vállalatok megoszlása méretkategóriák szerint

	N	%
0-5 fő	118	31,1
6-10 fő	95	25,0
11-20 fő	83	21,9
21-50 fő	41	10,7
51-100 fő	15	4,0
101-300 fő	17	4,6
300 fölött	10	2,6
Összesen	379	100,0

Az összefüggést egyrészt a bizalmi szint különböző méretkategóriák szerinti eloszlását mutató kontingenciatáblával, illetve a bizalom különböző szintjét mutató vállalkozások átlagos állományi létszámának összehasonlításával is elvégeztük.

5. ábra

A bizalom szintje szerinti megoszlás a vállalati méret függvényében



A diagram szemléletesen mutatja, hogy a vállalati méret csökkenésével számottevően erősödik a bizalom mértéke. A legkisebb vállalatoknál azonban ez a tendencia már nem érvényesül, ebben a körben nagyjából az egész sokaságra jellemző átlagos értékeket tapasztalhatjuk.

Ugyanezt a tendenciát erősíti az egyes bizalmi kategóriákra számított átlagos létszám összehasonlítása is. A számítások alapján elmondható, hogy a bizalom magasabb szintjét mutató vállalkozások körében kisebb létszámúak, mint a bizalomra kevésbé építő vállalkozások.

12. táblázat

Az átlagos állományi létszám az egyes bizalmi kategóriákban

A bizalom foka	Átlagos létszám (fő)	N
Nagyon alacsony	65,5	72
Alacsony	58,7	63
Közepes	59,2	93
Magas	22,6	100
Nagyon magas	21,1	46
<i>Összesen</i>	<i>45,9</i>	<i>374</i>

Következtetéseinkben azonban óvatosságra int, hogy a magas és nagyon magas, illetve a közepes és az alacsony kategóriák közötti eltérés nem számottevő. Ezt az óvatosságot igazolják a statisztikai próbák is, mivel sem a szórásелемzés, sem a χ^2 próba nem támasztja alá a fenti összefüggés fennállását ($\chi^2 = 29,565 < \chi^2_{n=24} = 36,4$). A függetlenség tényét erősítette az is, amikor az eredeti adatbázisban alkalmazott méretkategóriák szerinti besorolást megtartva (0-19 fő, 20-49 fő, 50-249 fő, 250-x) végeztük el a számításokat¹.

IV.12. A vállalatok tulajdoni szerkezete

A tulajdoni szerkezet definiálásánál hasonló problémával kerülünk szembe, mint a piaci szerkezet vagy a termékjelleg esetében. A kérdőív 8 különböző csoportnak az alapítói vagy nonon belüli tulajdoni arányát tartalmazta külön-külön:

- állami tulajdon,
- önkormányzati tulajdon,
- a felső vezetők dolgozói tulajdona,
- a többi alkalmazott dolgozói tulajdona,
- a dolgozói tulajdonon kívül a magyar magánszemélyek tulajdona,

¹ Ez a változó volt a súlyozáshoz használt korrekciós tényező számításának egyik összetevője.

- magyar vállalatok tulajdona,
- magyar bankok tulajdona,
- külföldi tulajdon.

A tulajdoni szerkezetet leíró változók képzését itt is azzal az eljárással végeztük el, hogy megvizsgáltuk, az egyes csoportok tulajdoni aránya meghaladja-e az ötven százalékot, azaz többségi tulajdonnal rendelkeznek-e. Ezt megelőzően azonban az állami és az önkormányzati tulajdoni arányokat összevontuk, mert feltételeztük, hogy nincs számottevő különbség a tulajdonosi szerep gyakorlásában az állami és önkormányzati szervek között. Hasonló indokok alapján vontuk össze a magyar vállalati és banki, illetve a felső vezetői és az egyéb dolgozói tulajdoni részarányokat is (később kiderült, hogy az utóbbi esetben az összevonást indokló feltételezésünk nem igazolódott).

13. táblázat

Az vállalatok tulajdoni szerkezet szerinti megoszlása

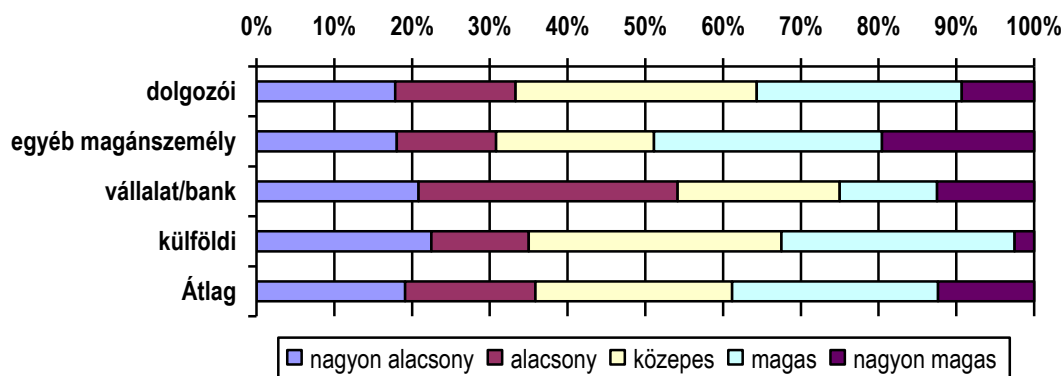
	N	%
Állami/önkormányzati	4	1,1
Dolgozói	132	38,1
Egyéb magánszemély	134	38,8
Magyar vállalat/bank	25	7,3
Külföldi	40	11,6
Vegyes	10	3,0
<i>Összesen</i>	<i>346</i>	<i>100,0</i>

Ha – dichotóm változók képzésével – csak az egyes tulajdonos csoportok jelenlétét tekintjük (akár 1 %-os részesedéssel is), akkor azt mondhatjuk, hogy a cégek 16 %-ában van külföldi tulajdonrész, 10 %-ában banki/vállalati tulajdonrész, 37 %-ában pedig a menedzsment is tulajdonos. A vállalatok döntő része magántulajdonban van, állami, önkormányzati tulajdon csupán minden tizediknél fordul elő.

A bizalmat mérő változónak az egyes tulajdoni kategóriákon belüli megoszlásának vizsgálata azt mutatja, hogy a tulajdoni szerkezet számottevő befolyással van a bizalom alakulására (a szignifikancia 1 % alatti).

6. ábra

A bizalom szintjének megoszlása a különböző tulajdoni formák szerint*



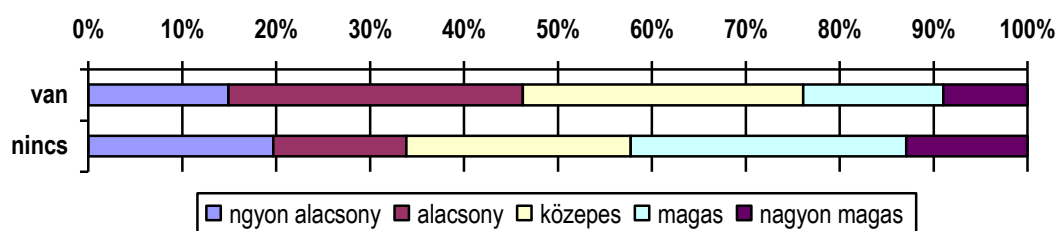
*Az állami /önkormányzati és a vegyes tulajdont az alacsony előfordulás miatt elhagytuk

Látható, hogy az átlagtól való jelentősebb eltérés főleg két csoportban mutatkozik. A nem alkalmazott magánszemélyek többségi tulajdona esetében egy kissé magasabb fokú bizalom nyilvánul meg, míg a magyar vállalatok/bankok többsége jelentős bizalomrontó tényező. Utóbbi megállapításunkat azonban fenntartásokkal kell fogadni, azért is, mert ez a kategória is elég kis számosságú. Az összefüggések további vizsgálata meg is erősíti, hogy ez az eltérés itt inkább a véletlen ingadozásoknak köszönhető. Az igazi különbség az alkalmazotti (de nem vezetői) tulajdon esetében mutatkozik meg. Az előzőekben ez az összefüggés azért nem jelentkezett, mert ezt a tulajdoni formát a felső vezetői tulajdoni aránnyal összevontan kezeltük.

A cégek 17 %-ában rendelkeznek a felső vezetőkön kívüli alkalmazottak valamilyen tulajdoni aránnyal. Egyértelműen kimondhatjuk: e tulajdoni forma jelenléte gyengíti a bizalmat. Egyetlen más tulajdoni forma jelenlétének sincs ilyen erős hatása a bizalom szintjére. Sőt a többi egyike sincs szignifikáns hatással, kivéve a “dolgozói tulajdonon kívüli magyar magánszemélyeket. Ez esetben inkább fordított irányú a kapcsolat, azaz jelenlétük kismértékben bizalomerősítő hatású.

7. ábra

A bizalom fokának megoszlása annak függvényében, hogy van-e a cégben a (nem felső vezető) alkalmazottaknak tulajdoni részesedése



A diagram szemléletesen mutatja, hogy ahol az alkalmazottak tulajdonosi részesedéssel bírnak, ott a magas vagy nagyon magas bizalmat tanúsítók aránya közel 20 %-kal alacsonyabb, míg az alacsonyabb fokú bizalmat mutatók aránya jelentősen nagyobb. A statisztikai próbák is itt mutatják az eddigi legerősebb összefüggést.

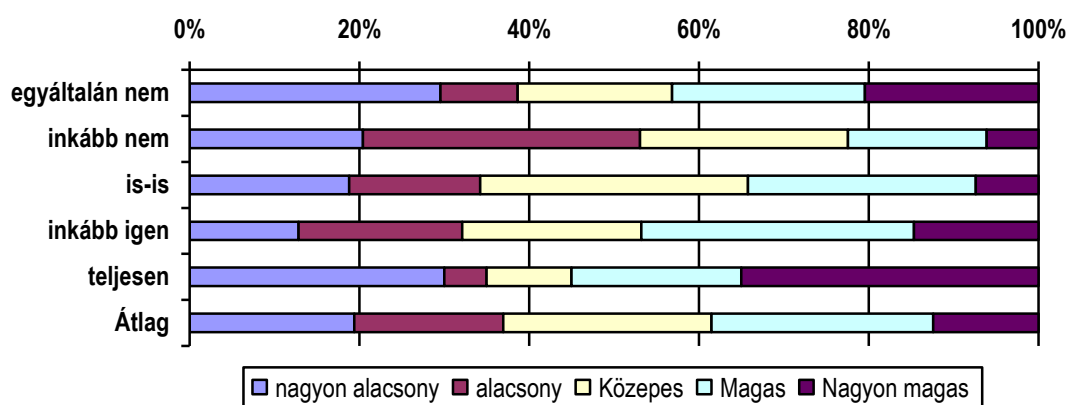
IV.13. A biztonság és a bizalom összefüggései?

A szakirodalom alapján a biztonság és a bizalom közötti egyértelmű kapcsolat éppúgy feltételezhető, mint a két változó függetlensége. Kérdésünk ezért így hangzik: tekinthető-e a bizalom a biztonságos környezet szükségszerű velejárójának, következményének, avagy a megelőlegezett bizalom mindig ott jelenik meg, ahol a környezeti tényezők bizonytalanok, kiszámíthatatlanok, és maga a bizalom megelőlegezése is a piaci kockázatot növelő tényező. Fontosabb szerepet játszik-e a bizalom azoknak a gazdasági szereplőknek a cselekvéseiben, akik biztonságosnak tartják környezetüket, mint azokban, amelyek szerint az üzleti környezet nem biztonságos?

A válaszolók 34,6%-a szerint az üzleti környezet biztonságos. 25,8% szerint nem vagy inkább nem tekinthető biztonságosnak.

8. ábra

Biztonságosnak tekinthető-e az üzleti környezete és a bizalom szintje



A üzleti környezetet biztonságosabbnak ítéelő vállalkozások körében gyakoribb a bizalom megelőlegezése, a szóbeli megállapodás alapján, az írásbeli szerződés születését megelőző cselekvés, mint más gazdasági szereplőknél. Azok körében, akik szerint az üzleti környezet teljesen biztonságos 37% válaszolta azt, hogy gyakran megkezdik a gyártást az írásos megállapodás megkötése előtt. A változók közötti kapcsolat szignifikancia szintje 0,01%.

IV.14. Összefoglalás

A hazai feldolgozóipari vállalatok 39,2 %-áról mondhatjuk el, hogy vevői kapcsolataikban a sako-i értelemben vett ‘szerződéses bizalom’ magas fokáról tesznek tanúbizonyságot, vagyis jellemzően még az írásos szerződés megkötése előtt, szóbeli megállapodás alapján kezdik el a teljesítést. A cégek közel ekkora hányadával (36,2 %) ugyanakkor ez egyáltalán, vagy alig-alig fordul elő.

Láttuk, hogy statisztikailag igazolható, szignifikáns hatása van a bizalmi viszonyok működésére a termék jellegének, a tulajdoni szerkezetnek és az üzleti környezet biztonságának.

Az átlagosnál lényegesen gyakrabban építenek a bizalomra az üzleti kapcsolatokban az egyedi igényeket kiszolgáló – különösen a kisszériás termékeket előállító – vállalkozások. A tisztán szolgáltató profilú szervezetekre viszont a tömegcikkeket és folyamatos termékeket előállító vállalatokhoz hasonlóan a bizalomhiány jellemző, vagyis kapcsolataik erősebben formalizáltak, írásos szerződésekkel megerősítettek.

A tulajdoni szerkezet és a bizalomra építő vállalati magatartás összefüggéseiről azt mondhatjuk, hogy nem alkalmazott magánszemélyek többségi tulajdona esetén gyakoribb a vállalati magatartásban megnyilvánuló bizalom, míg az alkalmazotti tulajdon jelentős bizalomrontó tényező. Más tulajdoni forma nincs szignifikáns hatással a bizalom szintjére.

Végül erős bizalomnövelő tényező, ha a vállalkozó biztonságosnak tartja az üzleti környezetet. Főképpen a teljes biztonságérzet növeli meg számottevően a bizalom szintjét, és a vállalatok által hasznosítható társadalmi tőkét. Ennek birtokában a vállalatok viszonylag gyakran termelnek, illetve szolgáltatnak kizárólag szóbeli megállapodás alapján csökkentve ezáltal tranzakciós költségeiket.

Irodalom:

- Coleman, James S. 1996: Társadalmi tőke. In.: Lengyel Gy. – Szántó Z. (szerk.): *A gazdasági élet szociológiája*. BKE Szociológia és Szociálpolitika Tanszék, Budapest
- Dasgupta, Partha. 1988: Trust as Commodity. In: D. Gambetta (szerk.): *Trust. Making and Breaking Cooperative Relations*, Basil Blackwell, New York
- Gambetta, Diego. 1988: Can We Trust Trust? In: D. Gambetta (szerk.): *Trust. Making and Breaking Cooperative Relations*, Basil Blackwell, New York

- Gábor R. István. 1985: A második gazdaság. A magyar tapasztalatok általánosíthatónak tűnő tanulságai. *Valóság*, 2. szám
- Grabher, Gernot. 1993: *The Embedded Firm. On the Socioeconomics of Industrial Networks*, Routledge, London
- Granovetter, Mark. 1996: A gazdasági intézmények társadalmi megformálása: a beágyazottság problémája. In.: Lengyel Gy. – Szántó Z. (szerk.): *A gazdasági élet szociológiája*. BKE Szociológia és Szociálpolitika Tanszék, Budapest
- Lane, Christel – Bachmann, Reinhard. 2000: *Trust Within and Between Organizations*. Oxford University Press, New York
- Opp, Karl-Dieter. 1996: Piacszerkezetek, társadalmi szerkezetek, és a piaci kooperáció. In.: Lengyel Gy. – Szántó Z. (szerk.): *A gazdasági élet szociológiája*. BKE Szociológia és Szociálpolitika Tanszék, Budapest
- Powell, Walter, W. – Smith-Doerr, Laurel. 1994. Networks and Economic Life. In: N.J.Smelser és R. Swedberg (szerk.): *The Handbook of Economic Sociology*. Princeton University Press, Princeton, N.J. és Russel Sage Foundation, New York
- Rousseau, Denise, M. et al. 1998: Not So Different After All: A Cross-Discipline View of Trust. In: *Academy of Management Review*. 23. évfolyam. 3. szám
- Sako, Mari. 2000: Does Trust Improve Business Performance. In: C. Lane – R. Bachmann (szerk.): *Trust Within and Between Organizations*. Oxford University Press, New York
- Sako, Mari. 1992: *Prices, Quality and Trust. Interfirm Relations in Britain and Japan*. Cambridge University Press, New York
- Sztompka, Piotr. 1999: *Trust. A Sociological Theory*. Cambridge University Press, Cambridge, UK
- Whitley, Richard et al. 1996. Trust and Contractual Relations in an Emerging Capitalist Economy: The changing trading relationships of ten large Hungarian enterprises. *Organization Studies*, 3. szám
- Williamson, Oliver E. 1985: *The Economic Institutions of Capitalism*. Free Press, New York

V. A pénzügyi fegyelem alakulása és összetevői a magyar vállalkozások körében 1995-2000

(Tóth I. János)

V.1. Bevezetés

Az alábbi tanulmányban a magyar feldolgozóipar példáján két – a vállalatok pénzügyi fegyelmeire vonatkozó – kérdés vizsgálatáról lesz szó². Elsőként pénzügyi fegyelem alakulását elemezzük 1996 és 2000 között. Másodjára pedig a pénzügyi fegyelem és ezen belül a fizetési fegyelem érvényesülését vizsgáljuk a cégek különböző csoportjaiban. Vizsgáljuk, hogy milyen tényezők hatnak a pénzügyi fegyelem erősödése irányába, és ez hogyan függ össze ez a cégek kilátásaival és növekedési képességével.

Mindkét kérdést empirikusan megközelíthetjük két oldalról is: vagy a megfigyelt cég pénzügyi fegyelmeit vizsgáljuk, vagy pedig üzletfeleinek a megfigyelt céggel kapcsolatos magatartását. A tanulmányban mindkét oldalról szó lesz.

A pénzügyi fegyelmen a cégek adózási fegyelmeit és az egymásközti üzleti kapcsolatokban érvényesülő fizetési fegyelmeit értjük. Az adózási fegyelem az adók és járulékok határidőre történő fizetését, a fizetési fegyelem pedig értelemszerűen a vásárolt áruk és szolgáltatások ellenértékének a szerződések által előírt határidőn belüli fizetését takarják.

Az így értelmezett pénzügyi fegyelem a puha költségvetési korlát jelenségcsoport egyik indikátoraként írható le. Kornai a vállalati költségvetési korlát puhításának eszközeit öt fő csoportba sorolja (Kornai, 2000): 1) fiskális támogatás; 2) puha adóztatás; 3) puha bankkölcsön; 4) puha kereskedelmi hitel; 5) kifizetetlen bérek. Az adózási fegyelem megszegése (az adók és járulékok határidőn túli fizetése) a puha adóztatás egyik megjelenési formája, amikor a szóban forgó cég – likviditási gondjait enyhítendő – késve, vagy egyáltalán nem fizeti be a bevallott adót³. Ez a piacaikat elvesztő, pénzügyi nehézségekkel küzdő cégek számára fontos rövid távú eszközként (*halogató* lépésekként) szolgált a túlélés biztosítására a gazdasági átmenet elején (Laki, 1992, Laki 1993, Janky, 1999). A másik ilyen eszköz – ami pedig a puha kereskedelmi hitel kategóriájába sorolható – nem más, mint a fizetési határidő túllépése. Ekkor a nem fizető cég rákényszeríti az eladó céget arra, hogy a késedelem idejéig kereskedelmi hitelt nyújtson neki.

² A tanulmányban a Vállalati Panel legutóbbi 2000-es (VP2000) vizsgálatának adataira, valamint a legnagyobb exportáló feldolgozóipari cégek üzleti helyzetét felmérő – 1995-2000 között előbb a Kopint-Datorg-ban, majd a TARKI-ban – végzett TOP 1500 vállalati adatfelvételeire támaszkodunk.

³ El kell itt határolnunk azokat az eseteket, amikor a legális tevékenységet végző cég nem fizeti be az adót *azután*, hogy az adóbevallásban fel sem tüntette azt. Ekkor egyszerűen adócsalásról van szó és ez a jelenség a rejtett gazdaság problémakörébe sorolható. Ezzel e a következőekben nem foglalkozunk.

Mindkét jelenség egyaránt visszavezethető az adott cég megrendült pénzügyi helyzetére és a vállalkozások állammal szembeni, valamint a vállalkozások egymás közötti magatartási normáinak érvényesülésére. A kiváltó ok a cég üzleti nehézségei, pénzügyi válsága körül keresendő, de ez nem elegendő ahhoz, hogy a fenti eszközökhöz nyúljon a vállalatvezetés. Szükséges még az is, hogy számítson egyrészt az állam elnéző magatartására, másrészt arra, hogy a határidőn túli fizetés miatt nem romlanak meg üzleti kapcsolatai, a szállítói nem fordulnak el tőle.

Így a pénzügyi fegyelem mutatója egyszerre lehet indikátora a cégek pénzügyi biztonságának, a pénzügyi nehézség elterjedtségének és annak, hogy mennyire kiszámíthatóak a vállalkozások és az állam, valamint a vállalkozások közötti tranzakciók. A pénzügyi fegyelem erősödése ezért egyaránt jelentheti és jelenti a vállalkozások pénzügyi helyzetének konszolidálódását és a puha költségvetési korlát keményedését. Arra mutat, hogy az állam pontosabban tervezheti adóbevételeit, valamint arra, hogy a cégek közötti üzleti kapcsolatok is előreláthatóbbakká, kiszámíthatóbbakká váltak. Csökkent a üzleti tranzakciókhoz kapcsolódó bizonytalanság. A verseny éleződött, a fizetési fegyelem megsértését az eladók megtorolják.

Korábbi munkánkban (Tóth, 1998) kimutattuk, hogy a cégek pénzügyi és szerződéses fegyelme fontos és számottevő hatást gyakorol a cégek és ezáltal az egész gazdaság növekedési képességére. Más elemzések eltérő vállalati kört vizsgálva ugyanerre a megállapításra jutottak (Csabina - Leveleki, 2000). A piacgazdaság intézményi feltételeinek kialakulásába és konszolidációjába ezek szerint bele kell érteni az üzleti partnerek közötti szerződéses viszonyok stabilizálódását is. A vizsgált időszakban a cégek csökkenő arányára volt jellemző a pénzügyi fegyelem megsértése. Azonban még így is a cégek nem elhanyagolható részénél fordult elő ez. Még a döntően exportpiacokra szállító – a magyar gazdaság számára kulcsfontosságú – nagy feldolgozóipari cégek körében sem volt elhanyagolható gyakoriságú a fizetési, az adózási és a szerződéses fegyelem megsértése. 1993 és 1998 közötti adatokat vizsgálva Janky ugyancsak a normakövető magatartás erősödését mutatta ki (Janky, 1999).

V.2. A pénzügyi fegyelem mérőszámai

A cég pénzügyi fegyelme két indikátorral mértük. Egyrészt készítettünk egy egyszerű összefoglaló mércét, amely a megfigyelt cég pénzügyi helyzetének romlását, illetve az erre való rövid távú, halogató reakciók előfordulását mutatta.

$PF = 1$, ha a cég a kérdéses évében késett más vállalatokkal szembeni fizetési kötelezettségének kiegyenlítésével; vagy

ha késett a tb járulék befizetésével, vagy
 ha késett adók (áfa, társasági adóelőleg, stb.) befizetésével, vagy
 ha likviditási gondjai voltak;

0, különben.

FF = 1, ha a cég a kérdezés évében késett más vállalatokkal szembeni fizetési kötelezettségének kiegyenlítésével;
 0, különben.

Az üzletfelek fizetési fegyelmeire vonatkozóan pedig az alábbi kérdésre adott válaszokat vettük alapul (PFF): "Mennyire jellemezte ezt az évet, hogy partnereik nem tettek időben eleget fizetési kötelezettségeiknek?". A válaszlehetőségek pedig az alábbiak voltak: egyáltalán nem / inkább nem / is-is / jellemezte / nagyon jellemezte.

Az első és második változó a TOP 1500 kutatás, a harmadik pedig a Vállalati Panel kutatás adataira épül.

A PF egyszerű megoszlása arra utal, hogy még 2000-ben is nagyon gyakori a feldolgozóipari cégek körében a pénzügyi fegyelem megsértése. A cégek 46%-ánál előfordult legalább egyszer a négy felsorolt esemény valamelyike. A fizetési fegyelem megszegése ennél ritkábban fordult elő, de még így is jellemző volt a cégek 37%-ára.

Az üzleti partnerek fizetési fegyelmeről sem alkothatunk pozitívabb képet. A cégek 27%-ánál a megkérdezett vállalatvezetők szerint jellemző, illetve nagyon jellemző, hogy a cég üzleti partnerei nem tesznek időben eleget fizetési kötelezettségeiknek (lásd a 2.1. táblázatot).

2.1. táblázat

Az üzleti partnerek fizetési fegyelme

Mennyire jellemezte ezt az évet, hogy partnereik nem tettek időben eleget fizetési kötelezettségeiknek?	Esetszám	Százalék
Egyáltalán nem	91	24,6
Inkább nem	65	17,6
Is-is	109	29,5
Igen	64	17,3
Nagyon	41	11,1
N	370	100,0

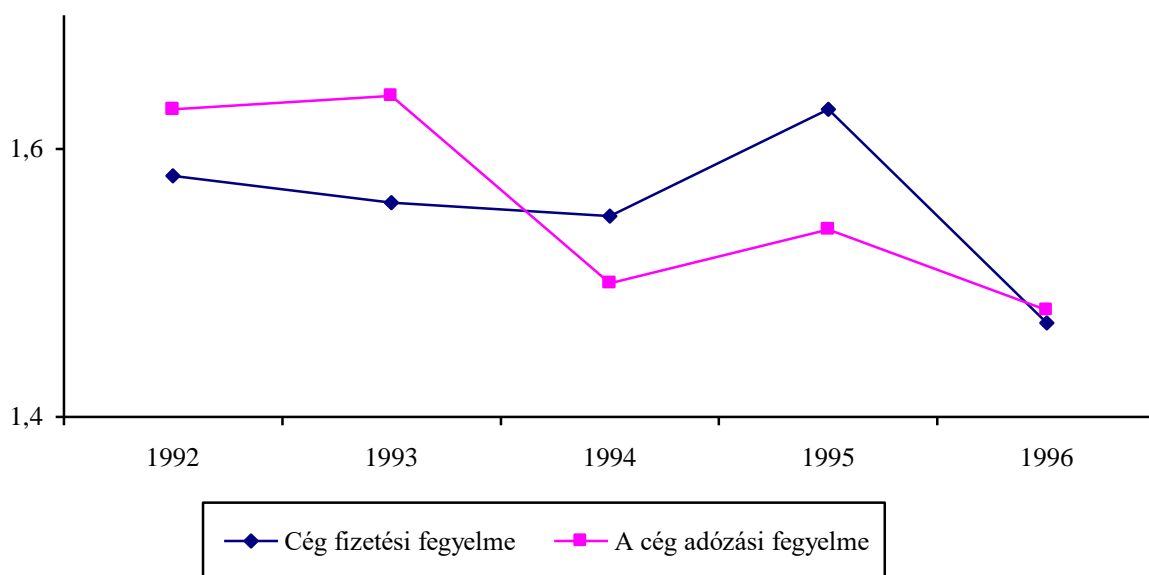
Forrás: Vállalati Panel vizsgálat, 2000.

V.3. A pénzügyi fegyelem alakulása 1995-2000 között

A pénzügyi fegyelem egyértelműen javuló tendenciát mutatott a gazdasági átmenet során. 1992-1996 közötti megfigyelések szerint az iparvállalatok körében mind az adózási fegyelem, mind pedig a szerződéses fegyelem javult (Tóth, 1998). Ezt a jelenséget jól megfigyelhetjük a 3.1. ábrán. A grafikonok magasabb értéke a pénzügyi fegyelem gyengébb, alacsonyabb értéke erősebb érvényesülését mutatja.

3.1. ábra

Iparvállalatok adózási és fizetési fegyelmeinek alakulása 1992-1996



Megjegyzés: a kérdezettek 1-től 5-ig terjedő skálán osztályozhatták azt, hogy az adott eseményt mennyire tartják jellemzőnek, 1 jelentette az egyáltalán nem jellemzőt, 5 a teljes mértékben jellemzőt. Az ábrán a válaszolók összesítése során kapott átlagértékek szerepelnek.

Forrás: Vállalati Panel vizsgálat 1992-1996-os hullámai

Az üzleti kapcsolatok szétzilálódásának az átmenet első éveiben tapasztalt jelensége a magángazdaság gyors kiépülésével, új magáncégek létrejöttével és a gyors privatizációval egyidejűleg fokozatosan visszaszorult. A pénzügyi fegyelem erősödése az üzleti kapcsolatokat jellemző kiszámíthatatlanság oldódását vonja maga után. A vállalatok pénzügyi válságainak ritkulása és a kiszámíthatóság növekedése a mikro-szférában lezajló változások előrehaladottságát mutatja. Az ábrán jól látható az is, hogy a konjunkturális változások, illetve a gazdaságpolitikai irányváltások érzékenyen hatnak a vállalatok közötti kapcsolatok normáira – a Bokros csomagként ismert kiigazítás az adózási és a fizetési fegyelem átmeneti romlását eredményezte.

A legnagyobb feldolgozóipari cégek mintájára vonatkozó megfigyelések a pénzügyi fegyelem erősödésének tendenciáját mutatják 1995 és 2000 között. Mind az adók és tb járulékok határidőre való befizetésének, mind pedig a más vállalatokkal szembeni fizetési kötelezettség teljesítésének megszégése egyre kevésbé jellemző és a cégek is egyre ritkábban kénytelenek likviditási problémákkal is szembenézni (lásd a 3.1. táblázatot).

3.1. táblázat

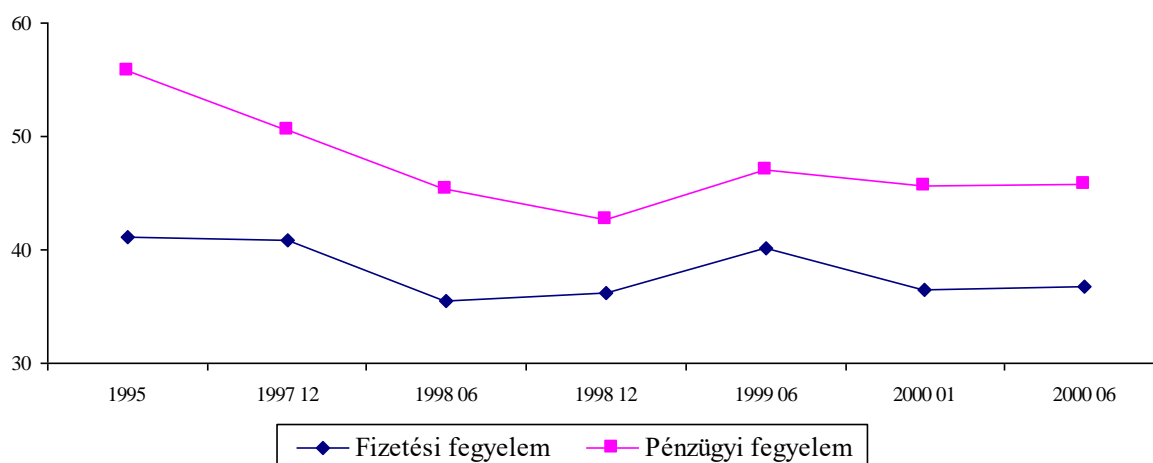
A cégek pénzügyi fegyelmeének változása 1995-2000

Felvételek	Késés - Tb járulék	Késés - adók	Késés - más vállalkozásokkal szemben	Likviditási gondok	PF	N
1995	18,8	11,2	41,1	44,9	55,8	197
1997 december	16,6	12,9	40,9	33,4	50,5	296
1998 június	12,4	8,7	35,5	33,7	45,3	299
1998 december	10,6	6,6	36,2	30,2	42,7	301
1999 június	10,2	7,1	40,1	35,4	47,1	295
2000 január	13,1	10,2	36,5	35,4	45,7	313
2000 június	9,7	8,4	36,7	33,8	45,8	309

Adatok forrása: TOP 1500 felvételek

3.2. ábra

A cégek pénzügyi és fizetési fegyelmeének változása 1995-2000



Adatok forrása: TOP 1500 felvételek

Mivel 1998-2000 között évente több megfigyelés is rendelkezésünkre áll, módunk van arra, hogy a rövid távú konjunktúra alakulása és a pénzügyi fegyelem alakulása közötti kapcsolatot pontosabban szemügyre vegyük. A 3.2. ábra a pénzügyi és ezen belül külön a fizetési fegyelem alakulását mutatja 1995-2000 között. Az orosz válság hatása mindkét esetben

negatív: előbb a cégek adózási fegyelmeinek romlása követte, majd a fizetési fegyelem rosszabbodásában is megmutatkozott. Ez magyarázza azt, hogy 1999 nyarán nőtt a pénzügyi fegyelem megszegésének gyakorisága a cégek körében.

3.2. táblázat

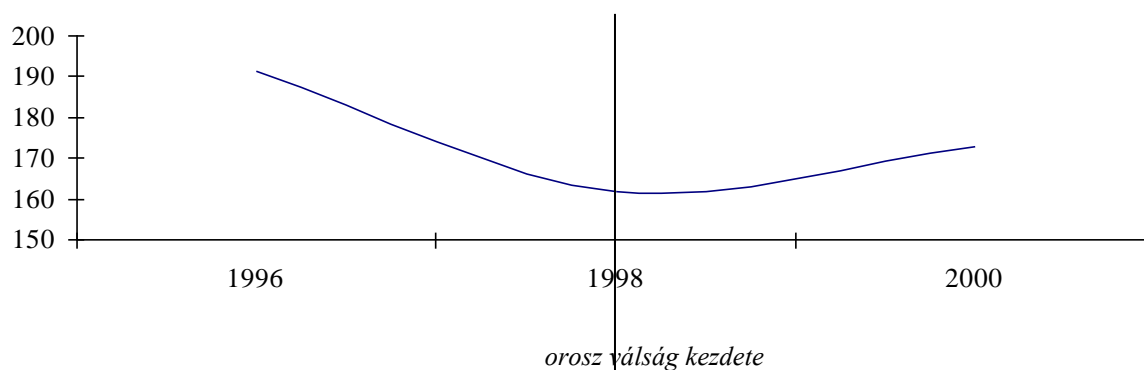
Az üzleti partnerek fizetési fegyelmeinek változása 1996-2000

Mennyire jellemezte ezt az évet, hogy partnereik nem tettek időben eleget fizetési kötelezettségeiknek?	1996	1998	2000
Egyáltalán nem	14,9	25,4	24,6
Inkább nem	23,6	23,3	17,6
Is-is	27,3	24,5	29,5
Igen	23,6	17,7	17,3
Nagyon	10,6	9,1	11,1
Összesen	100,0	100,0	100,0
N	322	417	369

Adatok forrása: Vállalati Panel felvételek 1996-2000

3.3. ábra

Az üzleti partnerek fizetési fegyelmeinek változása 1995-2000



Adatok forrása: Vállalati Panel felvételek 1996-2000

Megjegyzés: A mutató az eredeti kérdésre adott válaszok százalékos értékeinek súlyozott összegét mutatja. A súlyok a következők: 0 "egyáltalán nem", 1 "inkább nem", 2 "is-is" 3 "igen" 4 "nagyon". A mutató értéke ennek megfelelően 0 és 400 között ingadozhat. Akkor nulla, ha egy megkérdezett cég üzleti partnerére sem jellemző a fizetési fegyelem megsértése, és 400 akkor, ha minden megkérdezett cég esetében "nagyon jellemző" ez a jelenség.

Ugyanezt a jelenséget figyelhetjük meg, ha nem a megfigyelt cégek, hanem azok üzleti partnereinek fizetési fegyelmeit vizsgáljuk. A Vállalati Panel adatai szerint az iparvállalatok körében 1996-2000 között egy U alakú görbe rajzolható ki, azaz 2000-ben némileg rosszabb a

megkérdezett cégek üzleti partnereinek fizetési fegyelme, mint 1996-ban, vagy mint 1998-ban az orosz válság előtt⁴ (lásd a 3.2. táblázatot és 3.3. ábrát).

Bár az orosz válság nem okozott mélyreható megrázkódtatást a magyar ipar egészében, és az érintett (döntően a FÁK-ba exportáló) cégek is rendkívül gyorsan és egészségesen reagáltak erre a sokkra, mégis azt kell mondanunk, hogy kissé visszavetette a pénzügyi fegyelem javulásának az átalakulás kezdete óta megfigyelhető tendenciáját⁵. Úgy tűnik, hogy a pénzügyi fegyelem alakulásának vizsgálatakor a rövid távú kormányzati és üzleti sokkok hatásával mindenképpen számolni kell.

V.4. A pénzügyi fegyelem és az üzleti kapcsolatok

A következőkben a megfigyelt cégek pénzügyi fegyelme és ezen belül fizetési fegyelme érvényesülésének összetevőit fogjuk vizsgálni. Ennek során a nagy exportáló cégek 1995-2000 közötti felvételei alapján keresztmetszeti vizsgálatot végzünk úgy, hogy azt minden évre vonatkozóan, azonos szerkezetben megismételjük. Ezáltal nem csak azt térképezhetjük fel, hogy egy-egy évben milyen vállalati tényezőkkel függ össze a cégek pénzügyi fegyelme, hanem azt is, hogy az egyes vizsgált tényezők hatása hogyan változott az időben.

Három vállalati szinten értelmezett tényező szerepét fogjuk vizsgálni: az intézményi adottságokét; az üzleti kapcsolatokét; és a cég piaci helyzetét. Az intézményi adottságok alatt elsősorban az adott cég tulajdonosi szerkezetét, ezen belül is a külföldi tulajdon dominanciáját értjük. Korábbi 1998-as adatokon végzett elemzésekből láthattuk, hogy a külföldi kézben lévő magyarországi vállalkozások pénzügyi fegyelme számottevően jobb volt, mint a többi cégé. Azt várjuk, hogy e hatás érvényesülni fog 1995-2000 között, de egyre kisebb intenzitással. A magyar magántulajdonban lévő cégek az általánosan javuló üzleti kilátások és javuló pénzügyi feltételek közepette egyre inkább követik a magyar gazdaságban domináns szerepet játszó külföldi cégek normáit. Itt nem egyszerűen preferenciaváltásról, hanem arról van szó, hogy a külföldi cégekhez való hosszú távú üzleti kapcsolódás lehetősége kikényszeríti azt, hogy a magyar cégek megfeleljenek a megrendelők elvárásainak. A szerződéses fegyelemnek az eladói oldalon való erősödése később a vevői oldalon, mint a beszállítókkal szemben támasztott követelmény jelenik meg. Ezt a hatást *utolérési effektusnak* hívjuk.

A másik vizsgált tényező a cég üzleti kapcsolatai. A pénzügyi fegyelem megsértésének más-más következményei lehetnek a különböző részpiacokon tevékenykedő cégek esetében. Vannak olyan részpiacok, amelyeknél a cégek "megengedőbbek" e tekintetben, máshol pedig

⁴ Az 1998-as Vállalati Panel vizsgálatra az orosz válságot megelőzően, a növekedési várakozások csúcspontján került sor, és így értelemszerűen pénzügyi helyzet kedvezőbb alakulásáról tudósít, mint ami 1998 első félévét követően a gazdaságot jellemezte.

⁵ A cégek szerződéses és fizetési fegyelme 1988-1993 között vizsgálva javuló tendenciát figyelhetünk meg (Gál, 2000). Az általunk bemutatott eredmények e tendencia folytatódását támasztják alá.

a fizetési fegyelem megsértését nagy valószínűséggel megtorolják. Ez a döntés nagymértékben függ attól, hogy milyen az adott részpiac rövidtávú konjunkturális helyzete. A korábbiakban az aggregált adatok alapján láthattuk, hogy az orosz válság negatív hatást gyakorolt a pénzügyi fegyelem érvényesülésére. Azt feltételezzük tehát, hogy az érintett piacokra (a FÁK országaiba) szállító cégek pénzügyi és adózási fegyelme számottevően rosszabb, mint a többi cégé. Ezt a hatást különösen az orosz válság kirobbanása után várjuk, minek az érintett vállalkozások gyors reakciója eredményeként később el kell tűnnie.

Ehhez szerkesztettünk egy olyan kétértékű változót (FAKEXP), amely az adott cég exportján belül a FÁK országok részesedéséről adott információt: 1-es értéket vett fel, ha a FÁK részesedése a cég összes exportjából nagyobb volt mint 50%, nulla értéket vett fel különben⁶.

A FAKEXP értéke 1997-2000 között 14% és 3,4% között mozgott (Azaz 1997-ben a megfigyelt cégek 14%-a szállított dominánsan a FÁK-ba, míg az orosz válság után 1999 júniusában mindössze 3,4%-a és 2000 júniusában, kis növekedés nyomán 4,9%-a).

A harmadik említett hatás a cég üzleti perspektíváihoz kapcsolódik. Azt várjuk, hogy a dinamikusan növekvő cégek adózási és fizetési fegyelme számottevően jobb, mint a többi cégé. Itt nem tudjuk megmondani az ok-okozat irányát, mivel a jobb pénzügyi fegyelem éppúgy lehet a dinamikus növekedés következménye, mint előfeltétele. Az adózási és fizetési fegyelem betartására jobban ügyelő cégek egyrészt jobb üzleti feltételek közepette tevékenykednek (ami lehetővé teszi az előbbi), másrészt kiszámíthatóbb magatartásuknál fogva – hosszú távon – kedvezőbb üzleti kilátásokkal is rendelkeznek.

A fenti hipotéziseket logisztikus regressziós modellek segítségével teszteltük, amelyekben minden esetben a függő változók a pénzügyi fegyelem (PF) és a fizetési fegyelem (FF) már ismertetett indikátorai voltak.

Az eredményeket a 4.1. táblázatban közöljük. Az áttekinthetőség kedvéért csak a legalább 10%-on szignifikáns paramétereket jeleztük, és csak az összefüggések irányát tüntettük fel.

⁶ Kivétel ez alól az 1995-ös év, amikor adathiány miatt a volt KGST országokba irányuló eladásoknak az összes exporton belüli arányát vettük alapul.

4.1. táblázat

A pénzügyi és a fizetési fegyelem megsértése és a cégek egyes jellemzői, 1995-2000

Változók	1995		1997 december		1998 június		1998 decembe r		1999 június		2000 január		2000 június	
	PF	FF	PF	FF	PF	FF	PF	FF	PF	FF	PF	FF	PF	FF
Létszám					*				+	+				(+)
Ágazatok														
15-22					-	-								
23-28, 36, 37	-		(-)						+					
29-35 (ref.)														
Külföldi tul.	-	-			-		(-)		-	-	-	(-)		
FAKEXP**		+							+					
DQ			(-)	(-)			(-)	(-)	-	-				
Modell	Sz	Sz	nsz	nsz	sz	Sz	ns	nsz	sz	sz	sz	nsz	nsz	nsz

*: 51-100 fő közötti cégeknél negatív hatás

**.: 1995-ben a volt KGST országokba irányuló exportot vettük figyelembe

Megjegyzés: sz: a modell szignifikáns

nsz: a modell nem szignifikáns

DQ: a forgalom növekedési üteme

Az eredmények két ponton is megerősítik feltevéseinket. Egyrészt a többségi külföldi tulajdonban lévő cégek körében számottevően kisebb valószínűséggel fordul elő akár a pénzügyi, akár a fizetési fegyelem megsértése. Bizonytalan és nem megerősíthető azonban az "utolérési hatás" érvényesüléséről való feltételezésünk. Az látható, hogy a nagyobb üzleti vagy kormányzati sokkok idején, illetve e sokkokat követően "működnek jól" a modellek (1995, 1998 június, 1999 június), azaz amikor az eltérő piaci szegmenseken, eltérő finanszírozási feltételek közepette működő cégeket más-más irányú behatások érik. A Bokros csomag, a jelentős mértékű leértékelésből kifolyóan kedvezőbben érintette a dominánsan exportáló cégeket, mint a belföldre termelőket. 1998 nyarán a robbanásszerűen javuló üzleti kilátások ugyancsak az exportáló cégeket érintették inkább. 1999 nyarán pedig az orosz válságot követő piacvesztés és értékesítési nehézségek éppen az ide szállító cégeknél jelentkezett leginkább, miközben a vállalatok egy másik, jelentős szegmense gyakorlatilag érintetlen maradt e hatástól. Amikor tehát a piaci feltételek változása egyenlőtlenül éri a vállalatok egyes csoportjait és e csoportok között éles határvonalat húz – jelentős különbségek mutatkoznak a cégek pénzügyi fegyelemmel kapcsolatos magatartásában is. Úgy tűnik, ha működik is "utolérési hatás", akkor az időleges, és csupán a viszonylag nyugodt, eseménytelen üzleti periódusokra jellemző.

A másik pont, ahol megerősíthetjük feltételezésünket, az üzleti kapcsolatok szerepe: a döntően a volt KGST országokba, vagy a FÁK-ba szállító cégek adózási és fizetési fegyelme számottevően rosszabb, mint a többi cégé akkor, amikor e piaci szegmentáció számottevően hat a cég rövid távú üzleti kilátásaira.

A harmadik feltételezést, amely az üzleti forgalom növekedésének üteméhez kapcsolódik, csak az 1999 nyári felvétel alapján találtuk megalapozottnak. E mögött a külföldi tulajdon és a növekedési képesség pozitív kereszthatása is meghúzódhat. 1995-98 között a forgalmukat növelni tudó cégek döntően a külföldi tulajdonban lévők közül kerültek ki. Ez a kapcsolat a belföldi kereslet növekedése okán 1999-ben némileg oldódott és ekkor már a tulajdonosi szerkezettől függetlenül került előtérbe a növekedési képesség szerepe.

V.5. Következtetések

Bár a pénzügyi fegyelem szigorodása fontos mércéje lehet annak, hogy hol tart a puha költségvetési korlát szindróma felszámolása, belátható, hogy a pénzügyi fegyelem alakulása korántsem csupán az intézményi változásokkal és az intézmények magatartási váltoásaival függ össze. Ha a pénzügyi fegyelem megszegésének keresletét akként határozzuk meg, hogy az érintett cég mennyire kényszerül rá, illetve kíván élni ezzel az eszközzel, akkor erre a keresleti oldalra nagymértékben hatást gyakorol az adott cég finanszírozási háttere (a tulajdonosi szerkezeten keresztül), üzleti orientációja, üzleti kapcsolatai (az egyes részpiacokon jelentkező eltérő üzleti hatásokon keresztül) és olyan kormányzati, gazdaságpolitikai változások, amelyek élesen különböző csoportokra osztják a vállalkozásokat.

A kínálati oldal itt úgy írható le, mint a kormányzat és az üzleti partnerek magatartása arra vonatkozóan, hogy mennyire "nézik el" illetve torolják meg az adózási és a fizetés fegyelem megsértését. A pénzügyi fegyelmet megszegők oldaláról itt tisztán e cselekvéshez tartozó várható veszteségek mértékéről van szó.

Úgy véljük, hogy a pénzügyi fegyelemnek a fent bemutatott, a magyar gazdasági átmenet egésze alatt kisebb-nagyobb eltérésekkel, de mindvégig érvényes csökkenő tendenciája három tényezővel van összefüggésben: először a külföldi tulajdonnak a magyar gazdaságban megmutatkozó növekvő és domináns jelenlétével; másodsor a makrogazdasági kilátások fokozatos javulásával; harmadszor a pénzügyi fegyelem megszegéséhez kapcsoló várható veszteségek növekedésével.

A pénzügyi fegyelem rövid távú alakulására – láthattuk – az adott céget érintő konjunkturális helyzet megváltozása és a kormányzati sokkok is hatást gyakorolnak. Így nem egyöntetű és nem egyenes vonalú a fenti tendencia – bár a piaci intézményrendszer kialakulásában nincs visszalépés.

Még egy hatást nem szabad figyelmen kívül hagynunk, amely a pénzügyi fegyelem szigorodását elősegíti. Ez nem más, mint magának a pénzügyi fegyelemnek a megszegésére vonatkozó várakozások. Várhatóan minél kevesebben szegik meg a pénzügyi fegyelmet, annál nagyobb lesz a megszegőket érintő várható veszteség. Minél kevesebben szegik ezt meg, annál kevesebbeknek fizetődik ki megszegni, mivel annál feltűnőbb magatartásról lenne szó. Ez a jelenség azonban egy kritikus pontig nem, csak az után kezd érvényesülni⁷.

Látni kell azonban azt is, hogy a bemutatott csökkenő tendencia ellenére rendkívül erősek a pénzügyi fegyelem szigorodása ellen fellépő erők. Még 2000-ben is, mind az iparvállalatok, mind pedig a legnagyobb exportáló cégek körében eléggé elterjedt az adózási, vagy a fizetési fegyelem megsértése. A kérdés igazából nem is az, hogy miért javult a pénzügyi fegyelem az átmenet során, hanem az, hogy miért ilyen nehézkesen halad előre e javuló tendencia?

Irodalom

- Csabina Z. - Leveleki M. (2000): "Vállalatok kooperatív magatartása a hazai feldolgozóiparban", *Szociológiai Szemle*, 10. évf., 2. szám, 51-70. o
- Gál R. I. (2000): Puha költségvetési korlát, a szerződések kezelése és a notórius megbízhatatlanság, *Szociológiai Szemle*, 10. évf., 1. szám, 3-23. o
- Janky, B. (1999): "Adjustment strategies of the hungarian industrial firms", *Acta Oeconomica*, Vol. 50 (3-4) pp. 283-296
- Kornai J. (2000): "A költségvetési korlát megkeményítése a posztoszocialista országokban", *Közgazdasági Szemle*, XLVII. Évf. január 1-22. o.
- Laki M. (1992): "A vállalati magatartás változása és a gazdasági válság", *Közgazdasági Szemle*, XXXIX. évf. június, 565-578. o.
- Laki M. (1993): "Vállalati viselkedés elhúzódozó gazdasági visszaesés idején", *Külgazdaság*, XXXVII. évf., 11. Szám, 23-34. o.
- Schelling, Th. C. (1987): A kritikus nagyságú tömeg elvén nyugvó modellek diagrammikus ábrázolása In: Bertalan L. (szerk): Magyarázat, megérték, előrejelzés. Tömegkommunikációs Kutatóközpont, Bp. 302-311.
- Tóth I. J. (1998): "Vállalatok pénzügyi fegyelme és növekedési képessége az átalakuló gazdaságban", *Közgazdasági Szemle*, XLV. évf., 12. szám. december, 1126-1140. o.

⁷Úgy véljük tehát, hogy e jelenség leírható Schelling kritikus tömeg elvén nyugvó modellje alapján (Schelling, 1987).

VI. Az új információs technológiák és vállalatok Magyarországon (Nagy Réka)

VI.1. Bevezetés

Tanulmányom empirikus elemzés alapján arra a kérdésre próbál választ adni, hogy az új típusú technológiák bevezetése és használata milyen jellegű és mértékű a gazdasági szervezetek esetében Magyarországon. A témára vonatkozó szakirodalom rövid áttekintése után arra vállalkozom, hogy empirikus adataim alapján megvizsgáljam az információs technológiák terjedésének és használatának különbségeit a megkérdezett gazdasági szereplők esetében.

Tanulmányom első része elsősorban leró jellegű, olyan információkat mutat be, amelyek ugyan önmagukban is megállják helyüket, de főként a tanulmány második részében található elemzések háttér-információiként szolgálnak. Tanulmányom célja megvizsgálni, hogy a magyar vállalatok esetében az információs technológiák terjedése milyen mértékű és jellegű illetve, hogy e terjedés milyen meghatározottságok függvénye. Abból a feltételezésből indultam ki, hogy az új információs technológiák elterjedése és minél szélesebb körben való használata alapvető kritériuma a vállalatok fejlődésének Magyarországon is.

VI.2. Az információs társadalom és az E-gazdaság kialakulása

Az információs-kommunikációs hálózatok a társadalmi lét egyre több területére eljutnak, növekvő hatással vannak annak minden szférájára. Az új technológiák által létrejövő társadalmi változások feltérképezése köszönhetően a jelenség képlekenységének még gyerekcipőben jár. A társadalomtudományokban a legújabb fogalom, amely e változásokat összefoglalja az információs társadalom koncepciója. Az információs társadalomról, a változások jellegéről, illetve e változások kimeneteléről a vélemények rendkívül megosztottak.

Az elmúlt évek során számos tudományos és politikai elemzés tárgyát képezte és képzi a társadalomban jelenleg végbemenő változások, de a jelenségek kör megítélése még mindig ellentmondásos. Mintegy az információs társadalom kutatás részeként egyre bővül azon

elemzések száma, amelyek az információs társadalom gazdasági vonatkozásaival foglalkoznak, az E-gazdasággal.

Az információs társadalommal, implicit módon az E-gazdasággal kapcsolatban az egyre bővülő szakirodalomban két markáns irányvonal különböztethető meg.

1. Az egyik elképzelés kidolgozói szerint az információs társadalom, az e-gazdaság megjelenése egyszerűen a technológiai változások leképzése, integrálása, használata. Ez a vélemény tükröződik abban az elképzelésben, mely szerint: „A technológia változik. A gazdaság törvényei nem.”⁸ Azaz a poszt-indusztriális kapitalista gazdasági viszonyok az „új” társadalmi feltételek mellett is fennmaradnak.

2. E vélemény ellentéte szerint paradigmaváltásnak vagyunk tanúi. E szerint az új digitális technológiák megjelenése, használata és tömeges elterjedése forradalmasítani fogja nemcsak a gazdasági-, hanem a társadalmi élet minden szektorát (Castells 1996). A piaci dereguláció, valamint a fejlődő információs technológiák forradalmi változásokat indukálnak. Ezáltal a „kapitalizmus” átalakul valami sokkal inkább gördülékennyé, hatékonyá, és reflexívé: az „*információs kapitalizmussá*” (Castells 1996).

Az e-szektor gazdasági szerepének gyorsuló növekedéséről szóló becslések a számok mögött elrejtik a gazdaság átalakulásának a fősodrát: a relatíve közeli jövő útja az, hogy megszűnik az E-szektor mint olyan, és az egész gazdasági élet az információs társadalom logikáját követi majd.

Az elektronikus gazdaság alapjaiban új, legfontosabb eszközei az új információs és kommunikációs technológiák, csatornák, amelyek új forrásokat nyitnak meg, új szervezeti formákat hoznak létre és ezáltal a globális gazdaság motorjává válnak. Az új információs technológiák használatának elterjedése gazdasági növekedést indukálnak. Vagyis nem egyszerűen egy új vezető iparág születik, hanem az információs technológiák olyannyira mindennapjaink részévé válnak, (Internet, WAP, mobil-kommunikáció, távközlés) hogy hatékonyság növelő hatásuk miatt is villámgyorsan áttérjednek és beépülnek a gazdaság összes ágának termékeibe és termelési módjába.

Az e-gazdaság soha nem látott dinamizmust indít el a gazdaságban, és maga után vonja a gazdaság működésének újra formálódását. (Cohen - Bradford DeLong - Zysman 2000). A gazdasági élet változását azonban nemcsak az információs technológiák használatának köszönhetjük, hanem egy új típusú gazdasági mentalitás kialakulásának is.

E gondolkodásmód az információtechnológia-menedzsmentben érhető leginkább tetten (Bensaou - Earl 2000). Az információ gazdaságtanában nagy horderejű változás megy végbe, amely fel fogja gyorsítani az átalakulást egyes iparágak szerkezetében és a vállalatok közötti versenyben. Ezt a változást az Internet-technológiák széleskörű alkalmazása tette lehetővé, de az nem annyira magáról a technológiáról, mint inkább egy újfajta hozzáállás elterjedéséről szól.

⁸ „Technology changes. Economic laws do not” (Shapiro - Varian 1998).

A gazdaság az elektronikus kereskedelem hatása nyomán teljes mértékben átstrukturálódik. Az átstrukturálódás és a gazdasági növekedés a meglévő és hatékony elektronikus információs, kommunikációs csatornák alkalmazásával érhető el, amely megsokszorozza az ember gazdaságilag hasznos munkavégző képességét. Az e-gazdaság robbanásszerű fejlődésének mozgatórugója a számítógépek és az adatátvivő eszközök, az Internet hallatlan gyorsaságú kapacitásnövekedése.

Az e-technológia alkalmazásának fejlődése azt mutatja, hogy minden egyes alkalmazási lehetőség felfedezése újabb és újabb területeket vont és von be az e-gazdaságba.

Az e-technológiák alkalmazásával kialakuló új gazdasági szektort hagyományosan e-szektornak hívja az irodalom, az e-szektor fogalma alatt értve minden olyan gazdasági tevékenységet, amely egészben vagy részben a digitális infrastruktúra használatára épül. Ez a meghatározás nem tesz különbséget az Intranet, Extranet, vagy Internet alkalmazások között, mivel ezek határai egybemosódnak (Coltman – Deviney – Latukefu - Midgley 2000).

A becslések az e-szektor gazdasági szerepének gyorsuló növekedéséről elrejtik a gazdaság átalakulásának mélyáramát: a jövő útja az, hogy megszűnik az e-szektor, mert az egész gazdasági élet az Internet alapú működésre áll át. Olyannyira mindennapjaink részévé válik az Internet, hogy nem lehet többé külön e-szektorról beszélni. Kialakul az e-gazdaság. Ugyanakkor a USA-ban született elképzelések felváltva használják a digitális gazdaság és az „új gazdaság” fogalmát, értve ez alatt az alacsony infláció, alacsony munkanélküliség, magas gazdasági növekedés egyszerre való jelenlétét.

A vállalatok most teszik meg első tétova lépéseiket a világháló felé. A sikeres e-vállalatok ismert példái ellenére, a gazdaság egészének átállása az e-technológiákra komplikált, nemcsak sikerekkel, de félsikerekkel, bukásokkal teli folyamat lesz. A vállalatok nagy része napjainkban küzd azzal, hogy kitalálja, hogyan lehet az Internet alapú technológiákkal integrálni a vállalati belső információs rendszereket, termelés - szervezést, logisztikát, beszállítói hálózat menedzselését, társvállalatokkal való kapcsolattartást és a vállalat termékeinek propagálását, értékesítését.

Ily módon a nagy, bevezetett vállalatok számára az Internet kemény dió. Amilyen egyszerű megjeleníteni a Weben, olyan nehéz kialakítani egy Web-alapú üzleti modellt. A bevezetett cégek évtizedek alatt építették fel márkáikat és fizikai elosztóhálózatukat, és az Internetes kereskedelem mindezek elvesztését kockáztatják. Fontos, hogy a vállalatok tisztában legyenek a lehetőségekkel, és felismerjék, sebezhetővé válhatnak, ha először a versenytársaik ragadják meg ezeket a lehetőségeket (Gosh 2000).

Ahogy az európai gazdaságok nagy többsége Magyarország gazdasági fejlődése is nagymértékben függ attól, milyen gyorsan és milyen mértékben lesz képes a megváltozott, és folyamatosan változó globális, digitális versenyhez sikeresen alkalmazkodni. Magyarországon a változások következtében – úgy, mint más társadalmakban – az egész társadalom, implicit módon a gazdaság átstrukturálódása várható. Többek között változik a gazdaság – politika viszonya, a vállalatok belső szervezési módja, a termelési módok, az elosztási rendszerek jellege. Ennek a változásnak a része a munkaerő piaci átstrukturálódás, az oktatás jellegének (távoktatás, felnőttoktatás, life-long learning stb.), de a vállalati belső

szerveződés, és a vállalatok közötti kapcsolat átstrukturálódása is. (Szabó 1999) Ennek következtében a közeljövőben Magyarországon az aktív lakosság egy részének munkahelyet kell változtatnia és/vagy munkaköre változik meg, amelynek érdekében szakmailag is tovább, vagy át kell magát képeznie.

A legújabb mutatók szerint a magyar gazdálkodó szervezetek közel fele rendelkezik Internet hozzáféréssel. Ez az arány a vállalat méretével egyenes arányban változik. Figyelembe véve az eddigi fejlődési tendenciákat a becslések szerint a közeljövőben a kisvállalatok mintegy kétharmada kapcsolódik majd a világhálózathoz, a középvállalatok esetében a cégek háromnegyede válik Internet használóvá.⁹

Azonban az e-kereskedelemre való áttérés következményei túlmutatnak a vállalati informatikai részlegek felduzzadásán és informatikai kisvállalkozások születésén.

A gazdaság várható átrendeződése jelentős részben újrendezi a gazdasági szereplőket összefűző kapcsolatrendszereket, átértékeli a beszállítók egymáshoz és az végösszeszerelő (végfelhasználó) vállalatokhoz való viszonyát és megkérdőjelezi a korábbi hierarchizált közbenső lépcsők szerepét, újrendezi a vállalati és kereskedelmi szállítások piacát, megkérdőjelezi a nagykereskedések és logisztikai vállalatok további sorsát (Orlikowski 1999).

Tanulmányom célja megvizsgálni, hogy a magyar vállalatok esetében az információs technológiák terjedése milyen mértékű, és a használat elterjedésének melyek a főbb meghatározói.

VI.3. Az E–gazdaság Magyarországon az adataink tükrében

Az információs technológiák elterjedésének és használatának vizsgálata az alapvető jellemzők vizsgálatával indul tanulmányomban.

Adataink tükrében elmondható, hogy a magyarországi feldolgozóipari szervezetek döntő többsége részben él csak az információs technológiák használatával, hisz a megkérdezett gazdasági egységek 83%-a rendelkezik csak személyi számítógéppel. A belső kommunikációs hálózatok használata azonban már jóval alacsonyabb, a vállalatok 69,5%-a nem rendelkezik a vállalatszervezésben, vállalati kommunikációban és a termelésben egyre inkább meghatározóvá váló lokális hálózattal. Meglepő hogy az általunk megkérdezett vállalatok döntő többsége nem rendelkezik külső adatbázishoz való csatlakozási lehetőséggel (72,0 %) és nagy hányaduk nem rendelkezik E-mail-el sem (56,0 %).

⁹ Magyar gazdálkodó szervezetek 53%-a használja az Internet hozzáféréssel. Nagyvállalatok 85%-a, a kis és középvállalkozások esetében 27%, ill. 28%. A közeljövőben a kisvállalatok 65%-a, a középvállalatok 75%-a, a nagyvállalatok 95%-a lesz az Internetre kötve. (<http://www.carnation.hu/104578.html>).

Ahhoz, hogy az információs technológiák használatáról átfogó képet kapjunk, érdemes a vizsgált vállalatok különböző jellemzői és a technológia használat közötti kapcsolatot bővebben elemezni. A továbbiakban átfogóbb képet kívánok nyújtani az információs technológiák használatának eltéréseiről a régió, a vállalati tulajdon, a vállalat mérete, az ágazat, a piaci orientáltság, az export jelenléte, a vállalati tervezés távlata, az 1999 évi termelési érték, illetve a reklám és piackutatás változók vizsgálatba való bevonásával.

A regionális különbségek vizsgálata fontos, az egyre inkább bővülő szakirodalomban kitüntetett szerepet foglal el. A regionális különbségek vizsgálata abból az elképzelésből indul ki, mely szerint az információs technológiák terjedése elsősorban az amúgy is gazdasági előnyben levő régiók esetében a leggyorsabb, illetve, hogy az eddigi dinamikusan fejlődő régiók rendelkeznek azokkal a meghatározottságokkal, amelyek az új technológiák terjedését szolgálják. Ilyen meghatározottságok az adott régió infrastruktúrája (telekommunikációs), a vállalatstruktúra rugalmassága, az oktatás (és itt a folyamatos átképzés alapvető szerepet játszik), és egy új típusú mentalitás megléte illetve hiánya. Ez utóbbi tényező alapvető a vállalatok digitális gazdaságra való átállásakor. Tanulmányomban a régiók adminisztratív felosztását használtam (NUTS II. – Euró régiók).

1. táblázat

Számítógépes ellátottság az ország egyes régióiban (%)

Régió	Személyi számítógép	Számítógépes lokális hálózat	On-line elérhetőség külső adatbázisokhoz	E-mail
Közép-Mo. (Bp, Pest megye)	82,5	35,3	35,4	54,4
Nyugat-Dtúl	90,3	43,3	30,0	51,6
Észak-Dunántúl	79,1	34,9	26,2	34,1
Dél-Dunántúl	87,1	20,0	26,7	41,9
Dél- Alföld	78,8	25,0	25,5	40,4
Észak- Alföld	80,6	16,7	9,7	20,0
Észak Magyaro.	96,9	21,9	15,6	22,1

A régió szerinti megoszlást tekintve a legtöbb információs technológiával való ellátottságot mérő változónk esetében a hagyományos vezető szerepet betöltő régiók a dominánsak. Ily módon Budapest és a vonzáskörébe tartozó Közép-Magyarországi régió minden információs technológiát mérő változó esetében az „élen jár”. A kilencvenes években bekövetkezett gazdaságszerkezeti átalakulások során lemaradó régiók, úgy tűnik, hogy az új technológiák adaptálásában és használatában is kevésbé gyorsak és hatékonyak.

Elemzésem következő része a vállalati tulajdon jellegének függvényében vizsgálja az új információs technológiákkal való ellátottságát a gazdasági szervezeteknek. A vállalat tulajdoni jellege érdekes vizsgálati szempont a kelet-közép európai országok esetében, ahol a

szocializmus bukásával végbement tulajdonváltás jelentős különbségeket eredményezett a magántulajdonú illetve az állami (önkormányzati) tulajdonú vállalatok hatékonyságának, sikerességének, és nyereségességének szempontjából.

2. táblázat

Számítógépes ellátottság tulajdoni szerkezet szerint (%)

A vállalat tulajdoni jellege	Személyi számítógép	Számítógépes lokális hálózat	On-line elérhetőség külső adatbázisokhoz	E-mail
Nyílt tulajdonú	100	75,0	75,0	75,0
Magántulajdonú	82,9	28,2	27,1	42,7
Állami, önkormányzati tulajdonú	100	100	0	50
Vegyes tulajdon	86,5	42,1	27,7	50

Az adatok tükrében elmondható, hogy lényeges különbség az információs technológiák használata esetében a vállalati tulajdon szerint nem mutatható ki. Egyetlen kivételt ez alól a lokális hálózattal való rendelkezés képvisel. A belső kommunikációs hálózat a vegyes, az állami és a nyílt tulajdonú vállalatok esetében jóval nagyobb arányban figyelhető meg.

A vállalat mérete rendkívül fontos szempont az új technológiák elterjedésének kutatásában. A témával kapcsolatban született szakirodalom ugyanis a gazdasági szervezetek méretét a technológia elterjedés, innováció és használat, közvetve pedig a vállalati versenyképesség és sikeresség esetében alapvető fontosságúnak ítéli meg. A szakirodalom a vállalati reorganizáció, a sikeresség és hatékonyság elérését, a vizsgált vállalatok e-gazdaságban való részvételét részben a cég méretével hozza összefüggésbe. A vállalati méretet tekintik a profitabilitást nagymértékben meghatározó változónak.

Mára e témakör egyik legtöbbet vitatott kérdésévé a kis- és középvállalatoknak az „új gazdaságban” való virágkoráról, illetve a nagyvállalatok válságáról szóló feltételezés vált. Ezen elképzelés mögött az a feltételezés áll, mely szerint a technológiai fejlődéssel egyidejűleg a gazdasági hatalom a nagyvállalatoktól a kisvállalatok fele tolódik el. A kis és középvállalkozások ugyanis képesek a flexibilis termékspecializációra, a gyors piacváltásra, innovációra. A jelenlegi kutatások azonban ezt a tézist cáfolják. A nagyvállalatok ugyan lassabban szervezik át tevékenységüket az információs hálózatok logikájának megfelelően, de alapvetően gazdasági dominanciájuk nem változik meg. Annak ellenére, hogy a kis- és középvállalatok valóban az információs gazdaság rugalmas termelési rendszeréhez jól adaptálódó szervezeti formák, hosszútávon dinamizmusuk a nagyvállalati szektor fele irányítja őket. (Thurrow 1996).

Tanulmányom erre a problémakörre is reflektál. Mivel az információs technológiák tömeges elterjedése aránylag új jelenség a magyar gazdálkodó szervezetek esetében csak egy átfogó

helyzetjellemzésre vállalkozom. A jelenség dinamizmusát, trendjét egy hosszabbtávú, ismétlődő kutatással lehetne vizsgálni.

Vizsgálatom az új információs technológiák elterjedtségét három vállalati kategória esetében vizsgálta a méret szerint: kisvállalatok (0-49 személy), középvállalatok (50-249) és nagyvállalatok (250-). Mivel a nagyvállalati szféra a tanulmányban használt mintában alulreprezentált, a következőkben a kis és középvállalatok közötti eltéréseket veszem figyelembe. A minta nagyvállalatairól azonban elmondható, hogy az új információs technológiákkal való ellátottságuk nagy, mindegyik nagyvállalat rendelkezik számítógéppel, nagy arányban lokális hálózattal, e-mail elérhetőséggel és on-line elérhetőséggel külső adatbázisokhoz.

3. táblázat

Számítógépes ellátottság létszám szerint (%)

A vállalat mérete (Létszám)	Személyi számítógép	Számítógépes lokális hálózat	On-line elérhetőség külső adatbázisokhoz	E-mail
0-49	80,5	23,9	24,4	40,1
50-249	92,1	47,9	37,0	52,0
250-	100	90,9	63,6	90,9

Adataink alapján a legkevésbé beszélhetünk az új információs technológiák elterjedéséről a kis vállalatok (0-50 foglalkoztatott személy) esetében. E gazdasági egységek rendelkeznek a legkevésbé belső, számítógépes lokális hálózattal, amelynek a vállalatszervezésben és termelésben alapvető szerepe van. Ugyanez mondható el a vállalati kommunikációban egyre nagyobb szerepet játszó E-mail, illetve a külső adatbázisok on-line elérhetősége változók esetében is. Akárcsak a kisvállalatok a közepes méretű gazdasági szervezetek új információs technológiai ellátottsága sem kielégítő. A nagyvállalati szféra ezzel ellentétben nagymértékben profitálhat abból a helyzetből, hogy minden vizsgált változó esetében magas arányban van képviselve.

Adataim azt a fent említett elméleti feltételezést látszanak igazolni, mely szerint a vállalati méret meghatározó az új gazdaságban, éspedig a nagyvállalatok hasonlóan domináns pozíciót őriznek meg, mint a hagyományos gazdaságban. Az eredmények alapján elmondható, hogy esetünkben a nagyvállalati szféra minden információs technológiával való ellátottságot mérő változónk esetében domináns.

Hasonló eltérések figyelhetők meg az új technológiák használata és a vállalat eltérő piaci orientáltsága között. Ez annál is inkább fontos összehasonlítási szempont, mivel a különböző kommunikációs, információs technológiák a távolabbi piacok elérésében alapvetően a vállalatok versenyben való előnyét erősítik. A piaci orientáltság ugyanakkor eltérő motivációkat, rugalmasságot kíván a vállalat részéről. A technológiai újítások, a vállalat

új információs technológiákkal való ellátottsága nagymértékben függhet attól a tényezőtől, hogy a vállalat által előállított érték milyen jellegű piacra készült.

4. táblázat

Számítógépes ellátottság piacörzet szerint (%)

Piacok típusa	Személyi számítógép	Számítógépes lokális hálózat	On-line elérhetőség külső adatbázisokhoz	E-mail
Kisebb lakóörzet	92,3	21,4	15,4	21,4
Egy település egésze	75,0	16,0	12,0	40,0
Lokális piac (összesen)	78,9	15,8	15,4	31,6
Több település	79,3	17,5	12,3	21,1
Egy vagy több megye	81,0	24,1	21,1	36,8
Regionális piac (összesen)	80,2	20,2	16,7	28,9
Az egész ország	84,8	41,0	38,0	53,1
Több ország	86,2	40,0	37,5	66,7
Országos avagy nemzetközi (összesen)	85,6	40,7	37,7	52,6

Adataink igazolni látszanak azt az elképzelést mely szerint a földrajzi értelemben vett tágabb piaci orientáltságú vállalatok jóval nagyobb mértékben profitálhatnak információs technológiák előnyeiből, mint azon vállalatok, amelyek termelési/szolgáltatási tevékenysége a lokális, illetve a regionális piacra irányul.

Feltételezhetően az információs technológiákkal való ellátottságot a vállalati vezetők mentalitása nagymértékben befolyásolja. Tanulmányom elején hangsúlyt helyeztem arra az elképzelésre, mely szerint az új technológiák bevezetése és alkalmazása nagymértékben függ attól egy fajta mentalitás meglététől, illetve kialakulásától. A gazdasági élet változását azonban nemcsak az információs technológiák használatának köszönhetjük, hanem egy új típusú gazdasági mentalitás kialakulásának is.

A vállalati tervezés távlata fontos lehet a technológiai (de nemcsak technológiai) újítások esetén.

5. táblázat

Számítógépes ellátottság piacörzet szerint (%)

Tervezés távlata	Személyi számítógép	Számítógépes lokális hálózat	On-line elérhetőség külső adatbázisokhoz	E-mail
Négy évnél kevesebb	82,3	26,0	23,3	38,4
Több mint négy év	86,5	43,3	42,1	60,2

Az így kapott adataim alapján elmondható, hogy a hosszabb távra tervező (több mint négy évre) vállalatok esetében nagyobb minden új kommunikációs technológia jelenlétét mérő változónk értéke.

VI.4. Új információs technológiával való ellátottság a magyar vállalatok körében

A következőkben regressziós modell segítségével arra keresem a választ, hogy a vállalatok információs technológiával való ellátottsága milyen mértékben függ a különböző vállalati tényezőktől. Előzetes adataim és feltételezéseim szerint a vállalat új információs technológiával való ellátottsága nagymértékben fog függni a vállalat méretétől, a regionális elhelyezkedéstől, illetve a piaci orientáltságtól.

A modellemben magyarázandó változóként az információs technológiákkal való ellátottság változó szerepel.

E változót a négy (számítógéppel való ellátottság, belső lokális hálózat jelenléte, On-line elérhetőség külső adatbázisokhoz és E-mail-el való rendelkezés) eredeti változóból alkottam, oly módon, hogy az új változó egy 0-30 tartó skálán méri az információs technológiákkal való ellátottságot. A legalacsonyabb értékeket azon esetek/vállalatok kapják, amelyek csak számítógéppel rendelkeznek, a legmagasabbat pedig azon vállalatok, amelyek mindegyik technológia esetében pozitív választ jelöltek meg. (Az információs technológiákkal egyáltalán nem rendelkező esetek 0 értéket kapnak). Ahhoz, hogy az alkotott változó minőségi különbséget tegyen az információs technológiákkal való ellátottság eredeti változói között, az eredeti változókat fontossági sorrendbe kódoltam: számítógéppel való rendelkezés (1), e-mail (2), on-line elérhetőség (3) és lokális hálózattal való rendelkezés (4). A kódolás után az

eredeti változókból kombinatorikusan kaptam a számítógépes ellátottságot mérő folytonos változót.¹⁰

Az információs technológiákkal való ellátottságot vizsgálom az alábbi változók függvényében:

Regionális dimenzió (Budapest illetve vidék)

Vállalat méret (Kis- illetve középvállalatok)

Milyen ágazathoz tartozik a tevékenysége (Könnyűipar illetve más iparág)

A tulajdoni jellege (Magán illetve állami tulajdon)

Mekkora a reklám aránya az üzleti forgalomhoz képest

Mekkora a piackutatás aránya az üzleti forgalomhoz képest

Exporttevékenységet folytat vagy sem az illető vállalat

A vállalat piaci orientáltsága szerint. (Lokális-regionális illetve országos-nemzetközi piacok).

A vállalati tervezés távlata

A vállalat alapító vagyona

Az 1999 évi nettó árbevétel

Az információs technológiákkal való ellátottságot intervallum skálaként értelmezve (0-30) regressziós modelleket alkottam. A lineáris regressziós modellek vizsgálatánál nem szignifikáns hatást találtam az üzleti forgalomhoz viszonyított reklám aránya ($R^2 = 0,000$; $F = 0.147$ Sig.=0.701), az üzleti forgalomhoz viszonyított piackutatás aránya ($R^2 = 0.000$, $F = 0.001$ Sig.= 0.974) változók esetében. Ugyanez figyelhető meg az exporttevékenységet mérő változó esetében is ($R^2 = 0.001$, $F = 0.823$ Sig. 0.363) illetve a szakágazat változó esetében is ($R = 0.000$, $F = 0.004$ Sig. = 0.951). (A regressziós modellekben Enter módszerrel dolgoztam)

A fennmaradó hét változót egy újabb modellbe foglaltam. (Az egyenlet, illetve a modell aprólékos leírása a Függelékben található). A fennmaradó hét változóval alkotott regressziós modellem szignifikáns. ($R^2 = 0,204$ $F = 12,754$ Sig. 0,000). A hét változóval felépített egyenlet az információs technológiával való ellátottság mértékének mintegy 20%-át magyarázza. A regressziós modell alapján elmondható, hogy az információs technológiával való ellátottságot leginkább a vállalat mérete, a vállalati tervezés távlata és a regionális dimenzió határozza meg. Jelentős hatást gyakorol a vállalat különböző piaci orientáltsága is. A vállalati tulajdon, az előző évi nettó árbevétel illetve az alapító vagyon a modellemben kevésbé bír magyarázó erővel.

¹⁰ COMPUTE ellatot = szamgep * szamgep + lokhalo * lokhalo + online * online + email * email .

VI.5. Összefoglalás

A fenti adatok alapján elmondható, hogy a vizsgálatban résztvevő vállalatok új információs technológiával való ellátottsága alapján véve nem kielégítő. A vállalatok között jelentős különbségek figyelhetők meg, a vállalat méretét, a regionális elhelyezkedését, a vállalati tervezés perspektíváját, illetve a vállalat piaci orientációját tekintve. Végül soron a technológiai újítás nagymértékben függ attól, hogy a vállalat milyen nagyságú, milyen régióban helyezkedik el, milyen távlatú a vállalati tervezés és hogy a vállalat tevékenysége milyen piacra orientálódik leginkább.

Az elemzés során nyert adatok alátámasztják a tanulmány során felvetett elméleti feltételezéseket. A *regionális különbségek* vizsgálata abból az elképzelésből indult ki, mely szerint az információs technológiák terjedése elsősorban az amúgy is gazdasági előnyben levő régiók esetében a leggyorsabb, illetve, hogy az eddigi dinamikusan fejlődő régiók rendelkeznek azokkal a meghatározottságokkal, amelyek az új technológiák terjedését szolgálják. A regressziós modell alapján nyert adatok alapján elmondható, hogy a vállalatok információs technológiával való ellátottsága a budapesti vállalatok esetében a domináns. Tehát jelen pillanatban az információs technológiákkal való ellátottság azon régióban domináns amely eddig is a magyarországi fejlődésben az élen járt.

A tanulmány másik erőteljes elméleti feltételezése is bizonyítást nyert, ugyanis az adatok alapján *a vállalat mérete* fontos szempont az információs-kommunikációs hálózatok, eszközök terjedésében. Ennek értelmében a megkérdezett vállalatok esetében az elméleti feltevés látszik igazolódni, hogy minnél nagyobb a vállalat mérete, annál inkább nagyobb az új információs technológiákkal való ellátottságuk. Mivel a mintában nagyon kis elemszámmal szerepelt a nagyvállalatok, esetükben annyi mondható el, hogy a vizsgált technológiákkal való ellátottságuk esetükben mindenképpen a legnagyobb.

Fontos szempont az új kommunikációs hálózatok terjedésében a *vállalati tervezés távlata* és a *piaci orientáltság* tényezők is. A vizsgált vállalatok esetében jellemző, hogy minél inkább hosszú távú a vállalati tervezés, annál inkább nagyobb az ellátottság. Illetve ha a vállalat inkább az országos – nemzetközi piacon fejti ki tevékenységét annál inkább rendelkezik a tanulmányban elemzett ellátottságot mérő kommunikációs eszközökkel.

Irodalom

- M. Bensaou és Michael Earl (2000): Helyes gondolkodásmód az információtechnológia-menedzsmentben – Nyugaton és Japánban, Harvard Business Manager, 2000/1
- Coltman, T - T. M. Deviney - A. Latukefu - A. F. Midgley (2000): E-Business: Revolution, Evolution or Hype? INSEAD Working Paper p. 3.
- Cohen, Stephen J. - Bradford DeLong - John Zysman (2000) Tools for Thought: What Is New and Important About the "E-economy"? BRiE Working Paper #138.
- Castells, Manuel (1996): The Information Age: Economy, Society and Culture, Malden MA: Blackwell, p30-31.
- Gosh, Shikar (2000): Az Internet felé forduló üzlet, Harvard Business Manager, 2000/1
- Orlikowski, Wanda (1999): The Truth is Not Out There: An Enacted View of the Digital Economy, Understanding the Digital Economy, Data, Tools and Research, US Government of Commerce
- Shapiro, C. – H. R. Varian (1998) Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy, Boston, Harvard Business School Press
- Szabó Katalin (1999): A tudás globális piaca és a lokális tanulás, Közgazdasági Szemle Március 278-294.
- Thurrow, Lester (1996): The Future of Capitalism: How Today's Economic Forces Shape Tomorrow's World; New York: William Morrow and Co.
- <http://www.carnation.hu/104578.html>

Függelék

A regressziós elemzés

REGRESSION

/MISSING LISTWISE

/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA

/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)

/NOORIGIN

/DEPENDENT ellatott

/METHOD=ENTER tervezes piacuj meretreg tulajdon budapest f22a f17.

Regression

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,452 ^a	,204	,188	10,5302

- a. Predictors: (Constant), 17. Mekkora a cég alapítói vagyona? (millió forint), Budapest vs vidék, Tervezés tavlata, tulajdon, Piacuj, Meret a regressziohoz, 22a. Mennyi volt az 1999-es nettó árbevételük? (millió forint)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9899,883	7	1414,269	12,754	,000 ^a
	Residual	38649,941	349	110,885		
	Total	48549,824	356			

- a. Predictors: (Constant), 17. Mekkora a cég alapítói vagyona? (millió forint), Budapest vs vidék, Tervezés tavlata, tulajdon, Piacuj, Meret a regressziohoz, 22a. Mennyi volt az 1999-es nettó árbevételük? (millió forint)
- b. Dependent Variable: ELLATOTT

1	(Constant	Unstandardize		Standard		
		Coefficient		zed Coefficie		
				ts		
	Tervezés	B,068	Std.1,272	Beta,191	t,985	Sig,000
	Piacu	3,612	1,204	,153	3,000	,003
	Meret a	8,897	1,903	,244	4,675	,000
	tulajdo	-1,552	1,796	-,043	-,864	,388
	Budapest vs	4,460	1,239	,182	3,599	,000
	22a. Mennyi volt					
	1999-es	-1,12E-	,000	-,029	-,268	,789
	árbevételük? (millió					
	17. Mekkora a cég	3,865E-	,003	,132	1,224	,222
	vagyona? (millió					

a.

VII. A munkavállalói tulajdonról a Vállalati Panel tükrében (Janky Béla)

VII.1. Bevezetés

A munkavállalók tulajdonlásának kérdése élénk viták tárgya a kelet-európai átalakuló gazdaságokban csakúgy, mint Nyugat-Európában vagy az Egyesült Államokban. A politikusok és értelmiségiek normatív elemzései mellett tudományos igénygel is sokan foglalkoznak a kérdéssel. Hazánkban is folytak már komoly empirikus kutatások a témában. Az alábbi dolgozat néhány alapvető elméleti gondolat és elemi empirikus tapasztalat ismertetésével kíván hozzájárulni a nagyobb lélegzetű kutatások eredményességéhez.

A dolgozói tulajdonlás kérdéskörével sokféle megközelítésben foglalkoznak a társadalomkutatók. Gazdaságtudományi szakfolyóiratokban ugyanúgy találkozhatunk a témával foglalkozó tudományos közleményekkel, mint a gazdaságszociológiai monográfiák között, vagy gazdaságpolitikai tanulmánykötetekben. Természetesen a vezetéstudományi szakirodalom is nagy teret szentel a témának. A kutatások rendszerezése nem csak tudományterületek szerint történhet. Számos egyéb szempont alapján lehet értelmesen csoportokba osztani a dolgozói tulajdon irodalmát. Bár jelen dolgozatnak nem a téma kutatási eredményeinek általános áttekintése és rendszerezése a célja, ám a problémakör megközelítéseinek egyfajta lehetséges csoportosítását mégis az Olvasók figyelmébe ajánljuk. Egy olyat, mely talán segítheti a dolgozatban felhasznált irodalom elhelyezését a kutatási területen belül¹¹. Ezen csoportosítás alapján két tiszta típust különböztetünk meg.

a) A kutatások egy részének középpontjában a dolgozói tulajdonlás egyéb gazdálkodási formákkal való általános összehasonlítása áll. Az összevetés különféle szempontok alapján történhet. Lehet vizsgálni etikai-világnézeti értékek szempontjából a tulajdonformákat. Ebben az esetben azt elemzi a kutató, hogy a dolgozói tulajdon összevetve más formákkal mennyiben felel meg a szabadság, az igazságosság vagy egyéb más elv támasztotta követelményeknek. Lehet hatalmi érdekek szempontjából közelíteni a témához. Ekkor a kutatási kérdés az, hogy kinek a befolyásolási képességét növeli és kiét csökkenti egy gazdálkodó egység dolgozói tulajdonba kerülése. Végül a gazdasági hatékonyság szempontjából is össze lehet vetni a különböző tulajdonformákat. A fenti módszerrel dolgozó kutatások közös jellemzője az, hogy általános következtetések levonása a céljuk.

¹¹ Ennek a tipológiának kifejezetten az alábbi dolgozat szempontjából van jelentősége. Más célokra más dimenziók mentén történő rendszerezés sokkal termékenyebb lehet.

b) A dolgozói tulajdonnal foglalkozó irodalom másik részét egyéb megfontolások jellemzik. A meglévő, dolgozói tulajdonban lévő szervezetek sajátosságait vizsgálják, és azt kívánják megtudni, miért alakult ki ez a tulajdonforma ott, ahol kialakult, és miért nem máshol? Az ilyen típusú kutatásokat gyakran, de nem mindig funkcionalista megközelítésmód jellemzi, mely a piaci szelekció mechanizmusára épül.

A témában születő tanulmányok nagy része az a) és a b) pont alatt jellemzett megközelítésből is tartalmaz elemeket. Legfeljebb annyi állítható, hogy az egyik vagy másik szemléletmód domináns egy adott tudományos közleményben. Nagyobb kutatási programok különböző fázisaiban pedig eltérő megközelítésmód dominálhat. Ebben a tanulmányban a b) pont alatti megközelítés a domináns.

Az alábbi elemzés célja közelebb kerülni annak megismeréséhez, hogy a rendszerváltás sajátos körülményei hogyan befolyásolták ennek a tulajdoni formának a terjedését hazánkban. Egyrészt arra keresünk választ az elméleti irodalom áttekintésével, hogy tipikus piacgazdasági körülmények között¹² milyen indokok alapján jöhetnek létre és maradhatnak fenn munkavállalói tulajdonban (is) lévő vállalatok? Másrészt arra vagyunk kíváncsiak, hogy megmagyarázhatjuk-e az elméletben megfogalmazott indokok alapján a dolgozói tulajdonú cégek elterjedtségét és sajátosságait hazánkban?

Fontos, hogy tudatában legyünk annak, hogy a felmérés egyes "meglepő" eredményei könnyen lehetnek mérési hiányosságok következményei is. Azonban - mint majd látni fogjuk -, a mérési problémák megjelenése sem mindig független a hazai gazdasági sajátosságoktól. Azt is szeretnénk előljáróban leszögezni, hogy néhány fontos kérdésre az eddigi vizsgálatok adatai alapján nem lehet választ adni. Abban csak reménykedhetünk, hogy a jövőben mód nyílik ezeknek a ma még nyitott kérdéseknek az elemzésére is.

A dolgozat további menete a következő: Elsőként meghatározzuk azokat a gazdálkodási formákat, melyeket a továbbiakban a dolgozói tulajdon fogalma alá sorolunk. Ezután röviden ismertetjük a dolgozói tulajdon mellett és ellen felhozott általános érveket, majd áttekintjük az elméleti kutatások következtetéseit arra vonatkozóan, hogy milyen körülmények között jönnek létre és maradnak fenn dolgozói tulajdonú vállalkozások. A következő részben a fejlett piacgazdaságokban működő dolgozói tulajdonú cégekkel kapcsolatos tapasztalatokat összegezzük röviden, majd egy pillantást vetünk a Kelet-Közép-Európában működő ilyen vállalkozások helyzetére is. A fentieket aztán összevetjük a magyar iparvállalati panel kilencvenes évekbeli eredményeivel. Végül, az elméleti és empirikus eredményeket felhasználva hipotéziseket fogalmazunk meg a további kutatások számára a gazdasági átalakulás és a dolgozói tulajdon kapcsolatáról.

¹² Eltekintve olyan helyi sajátosságoktól, mint amilyen például a hazánkra is jellemző átmenet a tervgazdaságból a piacgazdaságra.

VII.2. A dolgozói tulajdonlás formáiról¹³

A tanulmányban dolgozói tulajdonban (is) lévő vállalkozásoknak tekintjük az a) profit részesedéses (profit sharing) rendszerben működő cégeket, b) a partnerségi szervezeteket és c) a termelő szövetkezeteket. A profitrészesedéses rendszerben a vállalat vagyonának jelentős része lehet külső tulajdonosok kezén. Emellett lehetséges, hogy az alkalmazottaknak csak egy kis része tulajdonos. A legtöbb esetben úgy jönnek létre, hogy egy hagyományos kapitalista vállalat tulajdonosai (később tárgyalandó indokokból) részesedést ajánlanak a vállalat bizonyos tulajdonosi jogaiból a munkavállalóknak (vagy egy részüknek). Ennek a részesedéses rendszernek sokféle formája lehetséges attól függően, hogy milyen jogokat kapnak a dolgozók. Ezekkel a típusokkal most nem foglalkozunk részletesebben. Az ún. Partnerségi szervezetekben többnyire dolgozók kezén van a cég nagy része vagy egésze. Azonban a munkavállalóknak csak egy kisebb része tulajdonos (és ők is a klasszikus részvénytulajdonlásnál kötöttebb formában). Többnyire jogászok, orvosok és más értelmiségi szakmák képviselői választják ezt a társulási formát a fejlett piacgazdaságokban. A termelő szövetkezetekben (a változatos működési formák tipikus esetében) a tulajdonosok nagy része vagy egésze dolgozó, és a dolgozók nagy része, esetleg egésze tulajdonos. A szövetkezetek jellegzetességei időben és térben nagy változatosságot mutatnak. Valamivel bővebben az empirikus áttekintésben lesz szó róluk.

Látható, hogy dolgozatunkban meglehetősen tágan értelmezzük a dolgozói tulajdonú vállalkozás fogalmát. Nem követeljük meg, hogy minden dolgozó (vagy a dolgozók többsége) részesedjen a tulajdonból, és azt sem, hogy a tulajdon egésze (vagy többsége) dolgozók kezén legyen. Joggal vetődhet fel kritikája egy ilyen tág értelmezéssel szemben. Hisz eszerint az olyan cég is dolgozói tulajdonban van, ahol a tulajdonosok speciális (profithoz kötött vagy részvénnel fizető) ösztönzőket alkalmaznak a vállalatot irányító néhány vezető körében. Azonban úgy gondoljuk, hogy vannak lényeges közös motívumok a fent felsorolt különböző típusú szervezetek létrejöttében és fennmaradásában. Ráadásul ennek a definíciónak nagy előnye, hogy használatával el tudunk rugaszkodni a dolgozói tulajdonhoz kötődő hétköznapi képzetektől, melyek nagyon szűkre szabnák elemzésünk kereteit. Felesleges óvatosság lenne mondjuk csak a szövetkezetekkel foglalkozni. A három típus kétségkívül meglévő sajátosságaira azért külön felhívjuk majd a figyelmet.

¹³Az alábbiaknál részletesebb (de annak nem ellentmondó) tipológiákat lásd pl. Toscano(1983)

VII.3. Elméleti áttekintés

VII.3.1. A dolgozói tulajdon általános összevetése más tulajdonformákkal

Etikai-világnézeti érvek és ellenérvek

A dolgozói tulajdonlás melletti indokok két nagyobb csoportba sorolhatók. Az egyik az "osztálykülönbségek" csökkentésére teszi a hangsúlyt. Eszerint a dolgozók tulajdonhoz juttatása mérsékelheti a tőkekoncentrációt (Poole 1989). Ezzel együtt csökkenhetnek a tőkések és munkások közötti jövedelemkülönbségek (Komlósy 1990). Védettebbé válnak a munkások az elbocsátások anyagi következményeivel szemben, hiszen tőkejövedelmüket utcára kerülésük után is élvezhetik (Makó 1989a, 1989b). A szocializmus hagyományos céljai piaczgazdasági eszközökkel érhetők el a munkavállalói tulajdonlás segítségével. Az érvek másik csoportja a munkahelyek biztonságát helyezi előtérbe. Azt hangsúlyozzák ezek a gondolatmenetek, hogy a munkások nem áruk, meg kell valahogy védeni jogukat arra, hogy munkahelyükön maradhassanak kedvezőtlen piaci körülmények között is (Stark 1991). A munkavállalói tulajdonlás bizonyos formáinak elterjedése csökkentheti a munkanélküliséget (Stark 1991, Baddon et al 1989, Weitzman 1985¹⁴). Az ellenérvek közül egyet emelnénk ki. Ez azt mondja, hogy igazságtalan az, hogy a munkások anyagi helyzete nagymértékben vállalatuk sikerességén múlik, mikor ők egyedileg kevésbé tehetnek a cég helyzetéről (Stark 1991). A szabad munkaerőpiac jobban szolgálhatja a munkásokat, mint egy effajta "röghözkötés."

Politikai-hatalmi érvek¹⁵

Egyes szerzők szerint a nyugati demokráciák liberális és konzervatív politikusai a rendszer stabilitását akarják továbbra is biztosítani akkor, amikor a munkavállalói tulajdont támogatják (Szamuely 1992). A kapitalista rendszert romboló filozófiák erodálását remélik ettől (Poole 1989). Mások úgy gondolják, hogy a privatizáció felgyorsítását teszi lehetővé ez a tulajdonforma. Az egyébként nem kelendő cégeket is hamar magánosítani lehet, megszabadítva az államot bizonyos kötelezettségektől (Tulajdon Alapítvány 1991). Némely politikai döntéshozó a felelősség nélküli menedzserhatalom fenntartását segítheti elő ennek a tulajdonformának a fenntartásával (Bársony-Krokos 1989).

¹⁴Figyelmeztetnünk kell az olvasót, hogy Weitzman részesgazdaság koncepciója a dolgozói tulajdonnak csak bizonyos formáival egyeztethető talán össze. Amint Gábor R. István (Gábor R. 1991) rámutatott: Weitzman fogalma nem tartalmazza azon vállalatokat, ahol az irányításba is beleszólásuk van a dolgozóknak. A dolgozói tulajdonnak csak olyan formája felel meg koncepciójának, ahol a magántulajdonosok jelképes értékű részvényt juttatnak a dolgozóknak, melynek jövedelme így a bérezés alternatív formája lesz. Ám lehet, hogy Weitzman még ez ellen is tiltakozna. Azért hivatkoztam mégis Weitzmanra, mert a munkavállalói tulajdon munkanélküliségre gyakorolt hatásával foglalkozók hivatkoznak rá, így gondolatainak ezen a területen érezhető termékenysége letagadhatatlan.

¹⁵Nem választjuk szét a dolgozói tulajdon támogatását és ellenzését kiváltó politikai motivációkat. Minden alábbi indok szólhat mellette és ellene is. Ami egyes politikusokat támogatásra motivál, az másokat épp ellenkező magatartásra sarkallhat. A megfogalmazás módja mindenesetre a támogatás melletti ösztönzőként veszi számba az érveket.

Közgazdasági szempontok

Most a gazdálkodók haszonelvű szempontjait tekintjük át. A potenciális hasznokat egy fogalomba sűrítve azt mondhatjuk, hogy a munkavállalói tulajdonlás lehetőséget teremthet az ún. X-hatékonyság növelésére.¹⁶ Ez a dolgozók motivációjának növekedése révén érhető el. Nagyobb elkötelezettség alakulhat ki a cég irányában, mely változatlan elosztású tőkeinput és azonos munkaerőállomány mellett is növelheti a termelékenységet. A dolgozói tulajdonnak köszönhető nagyobb hatékonyság többféle módon valósulhat meg. Javulhat az innovációs tevékenység (Makó 1989). A dolgozók tágabb perspektívában szemlélik a termelést. Nagyobb eséllyel osztják meg feletteseikkel azokat az információkat, melyek lehetővé teszik a hatékonyabb termelést munkaszervezeti vagy technikai újítás által. Csökkenhet az ellentét a beosztottak és a vezetők között. A szakszervezetek kevésbé harcosan próbálják érvényesíteni érdekeiket. A cég fennmaradásához szükséges struktúraváltások könnyebben végrehajthatók (Baddon et al 1989, Davy 1983, Russel 1985). Az azonnali béremelésnél relatíve nagyobb súlyt kap a cég hosszú távon várható értéke.

A működés hatékonyságát csökkentő tényezők közül a leggyakrabban említett a potyautas probléma (Alchian-Demsetz 1972, Baddon et al 1989, Paroush 1985, Stark 1991). A cég haszna, melyből mindenki egyformán (értsd: tulajdonhányadának megfelelően) részesül, egyfajta közjóság. A munkásoknak esetleg megéri lógni, ha teljesítményük nem befolyásolja érezhetően a vállalat összprofitját. Amennyiben a dolgozók többségi tulajdonosaik cégüknek, akkor irányítási problémák is felléphetnek a potyautas jelenség mellett (Williamson 1980). Felmerülhet hosszabb távon az is, hogy jobban kötötté válik a munkaerő, ami akadályozhatja a szükséges struktúraváltások véghezvitelét (Stark 1991). Korlátozza emellett a szabad munkaerőpiac működését. Vannak, akik a fenti ellenérvek miatt azt állítják, hogy ott sem létezhetnek sokáig ebben a formában, ahol hatékonyabbak, mint egy hagyományos kapitalista cég (Ben-Ner, 1984).

VII.3.2. A dolgozói tulajdonú vállalatok létrejöttének piaci alapú magyarázatai

Ebben az alfejezetben a téma közgazdasági és szociológiai irodalmát felhasználva azt vizsgáljuk meg, hogy milyen gazdálkodási körülmények között segíti elő a dolgozói tulajdon a sikert jobban, mint más tulajdonformák.¹⁷ Az a tényező, melynek hasznosságát elemezzük, a

¹⁶Az X-hatékonyság fogalmát Harvey Leibenstein vezette be (Leibenstein 1966). A vállalatok belső működésének vizsgálatához alkotta meg koncepcióját. A klasszikus mikroökonómia általa allokatívnak nevezett hatékonyság fogalmát kívánta kiegészíteni. Véleménye szerint a vállalatok nem az adott tőke- és munkainputhoz tartozó termelési lehetőségek határán dolgoznak. Ennek oka az X-hatékonyságtalanság. Ennek fő, de nem egyetlen eleme a motiváció illetve ennek hiánya. Mint arra Louis De Alessi (Alessi 1983) rámutatott: a vállalatelmélet Alchian, Demsetz, Williamson és mások általi megújítása feleslegessé tette a hagyományostól eltérő hatékonyság fogalom használatát. A munkavállalói tulajdonnal foglalkozó - nem tisztán elméleti -, irodalomban azonban fel-fel bukkan a terminus (Lásd pl: Baddon et al 1989). Nem árt tehát, ha tudjuk, hogy mit értenek alatta.

¹⁷Ennek a funkcionista jellegű megközelítésnek vannak korlátai. Erős piaci szelekciót tételez fel, ahol hamar kihullanak a nem megfelelő formában működő vállalkozások. Előnye viszont, hogy sok, külső szemlélő által

vállalati profit illetve a cég értékének megjelenése a dolgozók (egyéb részének) anyagi ösztönzői között. A dolgozói tulajdonú vállalkozások létével kapcsolatban két dolgot kell megmagyarázni. Egyrészt arra kell választ adnunk, hogy miért nem klasszikus formában, kizárólag külső tulajdonosokkal dolgoznak egyes cégek.¹⁸ Másrészt azt kell megindokolnunk, hogy miért nem egyéni vállalkozók a tulajdonos dolgozók.¹⁹ Az itt felsorakoztatott érvek szelektív áttekintését adják az irodalomnak.²⁰ Az egyik olyan jellemző, mely a teljes külső tulajdonlással szemben (legalább részbeni) dolgozói tulajdonra ösztönözhet, a munkavállalók erőfeszítésének költséges megfigyelhetősége (Alchian-Demsetz 1972: 786). Ilyenkor a vállalatból való részesedés serkentheti a dolgozót arra, hogy az ellenőrzés és a közvetlen büntetés hiányában is a cég érdekeinek megfelelően cselekedjen. Nehéz megfigyelni például a szellemi erőfeszítéseket. Költséges az értékelése bizonyos egyedi jellegű feladatoknak. Adott típusú munkafolyamat esetén pedig növelheti a fajlagos megfigyelési költségeket az alacsonyabb ellenőrzötti létszám.

A második kiemelendő tényező a munkavállaló emberi tőkéjének jövőbeli bizonytalan megtérülése (Jensen – Meckling 1979: 502). Ha egy adott képzettségű és tapasztalatú munkavállaló felvételekor csak nagy szórás mellett lehet ismerni várható teljesítményének az értékét, az hagyományos fix bérezés mellett alulteljesítésre ösztönözhet. Ilyen feltételek mellett a dolgozói tulajdon akkor kínálkozik jó megoldásnak, ha az első pontban tárgyalt megfigyelési költségek is magasak. Az első két jellemző tehát interakcióban van, egymás hatását erősítik. Az oktatásban, tapasztalatban megnyilvánuló emberi tőke megtérülése főleg a nagy kreativitást igénylő munkaterületeken bizonytalan. Tipikus példa rá a művészeti tevékenység.

Harmadikként a munkavállaló értékének növekedésébe fektetett eszközök jelentőségét emelnénk ki (Russel 1985, 1991). Minél nagyobb ez a befektetés, annál erősebb az ösztönzés arra, hogy a vállalathoz kössék a dolgozókat. Különösen ott érdekes ez a kérdés, ahol a dolgozónak lehetősége van arra, hogy máshol kamatoztassa munkahelyén felgyülemlett tudását, azonban cégének nehéz az esetleg távozó munkavállaló megfelelő szinten való pótlása (ugyanolyan tapasztalatú stb. ember szerzése). Ilyen helyzet állhat elő olyan tevékenységeknél, ahol a pályafutás kezdetén megéri cégeknél dolgozni, de később az egyéni tevékenység kifizetődőbb. Ugyancsak nehéz a munkavállaló pótlása, ha az adott cég által a dolgozókba fektetett (nem munkahelyspecifikus) eszközök értéke nagyobb, mint a hasonló tevékenységet folytató versenytársai ilyen befektetéseie. Az egyéni tevékenység relatív

megfigyelhető változót használ fel magyarázataiban, így könnyebben ellenőrizhetők következtetései. Az ilyen evolúciós megközelítésnek talán legmarkánsabb megfogalmazását lásd Alchian (19..). Meg kell jegyezni, hogy vannak, akik úgy vélik, fontos nem mérhető faktorokat tartalmaznak az ilyen típusú magyarázatok, ezért ellenőrzésük lehetetlen. Ennek kifejtését lásd...

¹⁸A külső tulajdonlásnak is nagyon sokféle formája van. Ez a cikk kizárólag a dolgozói tulajdonra koncentrált, így talán elfogadható, hogy az egyéb formákat egy kategóriába tesszük.

¹⁹Ez egy evidens felosztása a témának. Az ittenihez hasonló, teljesen szeparált tárgyalást alkalmaz pl. Russel (1985, 1991)

²⁰Vannak egymásnak ellentmondó érvelések. Léteznek olyanok is, melyek nem meggyőzőek minden tekintetben jelen cikk szerzője számára. A kritikai elemzés, illetve a viták ismertetése nem tartozik ennek a munkának célkitűzései közé. Igyekeztem a hivatkozásokban is megerősített magyarázatokat kiválasztani.

produktivitás növekedésére (a társuláshoz képest) az életpálya során a legjobb példát azok a szakmák mutatják, ahol saját egyéni vevőkör kiépítése folyik, kezdetben céghírnévre, később saját reputációra alapozva. Tipikusan ilyen szakma pl. az orvosoké vagy a jogászoké.

A negyedik tényező nem ágazat- vagy szakmaspecifikus. Minden vállalatnak érdemes lehet tulajdonhoz juttatni dolgozóit, ha a cég feltételezett hosszú távú érdekei túlságosan szemben állnak a munkavállalók aktuális követeléseivel. Válsághelyzet esetén, nagy átalakulások előtt fordulhat elő ez a szituáció (Davy 1983). A dolgozói tulajdonhoz jutott munkavállalók esetleg könnyebben egyeznek bele az őket alkalmazottként ideiglenesen hátrányosan érintő változtatásokba. Ilyenkor a vállalat többnyire (de nem mindig) dominánsan külső tulajdonban marad.

Van még két olyan gazdálkodási jellemző mely néha nem elsősorban a dolgozói tulajdonlás tényét, hanem annak részarányát befolyásolja a vállalat finanszírozásán belül. Az egyik ilyen sajátosság az alacsony tőke/munka arány az állóeszközökben (Jensen-Meckling 1979: 501-502). A közös tulajdonból eredő csapdahelyzetek így jobban elkerülhetők. Hozzá kell tenni, hogy nagyobb tőke/munka aránynál sem feltétlenül jön elő ilyen probléma, ha szeparálható és személyhez kötött állóeszközök vannak (melyek hasonlítanak ebből a szempontból az emberi tőke tényezőkhöz). Például a taxis vállalatoknál többnyire ez a helyzet (Russel 1985, 1991). A másik, talán elsősorban inkább a dolgozói tulajdonlás arányára ható tényező a munka hozzáadott értékének nagysága az egyéb költségekhez képest (Jensen-Meckling 1979: 502). Ha ez magas, kisebb mértékben van szükség olyan külső finanszírozó bevonására, akivel a profitot és a tulajdoni jogokat meg kell osztani.

Tekintsük most át azokat a tényezőket, melyek társaságok fenntartására ösztönözhetik a fenti jellemzők miatt hagyományos vállalatként kevésbé hatékony szakmákat. Az első ilyen sajátosság az elsősorban költségmegosztásból eredő méretgazdaságosság (Russel 1985, 1991, Leibowitz-Tollison 1980, Getzen 1984). Amennyiben ez jelentős egy adott gazdasági területen, nagyobb valószínűséggel várhatjuk ott társaságok létrejöttét. Ne feledjük azonban, hogy nagymértékű nem (a tulajdonos) dolgozókhoz kötődő költség esetén a dolgozói tulajdon kisebb arányát várjuk. Az empirikus kutatások szerint a tisztán munkavállalói tulajdonban lévő cégek nagyobbak annál, mint amit ez a fajta méretgazdaságosság indokol, ám kis társaságok üzemi hatékonysága kétségek nélkül nagyobb az egyéni vállalkozásokénál a vizsgált (orvosi, jogi) területeken (Leibowitz-Tollison 1980, Getzen 1984). Lennie kell tehát más motiváló tényezőnek is.

A második megemlíthető sajátosság a céghírnév fontossága a munkavállalók teljesítményében (Leibowitz-Tollison 1980, Getzen 1984). Ha egy, az egyes vevők szempontjából nagy értékű szolgáltatásokat nyújtó szektorban nagy különbségek lehetnek egyes vállalkozók között, és az egyes eladó típusa a vevő számára költségesen ismerhető meg, akkor "vevőcsalogató" lehet társaságokba tömörülni. Egy ilyen társaság egyrészt maga fajlagosan alacsonyabb költséggel végezheti az egyes eladók korábbi tevékenységének megismerését, másrészt a társaság tevékenységének megfigyelése könnyebb a vevő számára. Természetesen a vevőnek akkor éri meg a társasághoz fordulnia, ha ott belül viszonylag egységes színvonalú vállalkozók tömörülnek. Tehát a korábbi, céggel kapcsolatos

információiból érdemleges következtetéseket tud levonni a neki konkrétan szolgáltató vállalkozó teljesítményének várható értékére vonatkozóan.

A harmadik, társulást elősegítő ösztönző a belső információ-áramlás előnyeiből fakadhat (Fama-Jensen 1983: 347, Paroush 1985, Farell-Schotmer 1988). Ha az egyéni tapasztalatok egy szakmában nagyban különbözhetnek, megnő a szerepe a konzultációnak. Az ilyen motivációval létrejött társulások akkor életképesek, ha eléggé homogének az egyének az általuk átlagosan nyújtott információ értékét tekintve, vagy sikeresen kezelni tudják a különbségeket.

A társulás negyedik kiemelendő előnye lehet a biztosítói szerep eljátszása (Jensen-Meckling 1979: 502, Gilson-Mnookin 1985, Lang-Gordon 1995). Ha nagy a bizonytalanság egy adott szolgáltatás egyéni jövedelmezőségében, érdemes kockázatközösséget vállalni a hasonló szolgáltatóknak. A második, harmadik és negyedik tényezőt elsősorban a jogi, orvosi és vállalati tanácsadói szakma társulásaival kapcsolatban szokták megemlíteni.²¹ Az utolsó említésre kerülő tényező a társuló tagok közötti bizalom vagy kölcsönös megfigyelhetőség (Alchian-Demsetz 1972: 786, 790). Ez értelemszerűen csökkenti a közös tulajdonnal járó problémák nagyságát.

VII.4. Nemzetközi kitekintés

Az empirikus irodalom még oly kevésbé rendszerezett feldolgozása is meghaladja jelen írás kereteit. Csupán néhány, számunkra különösen érdekes probléma rövid áttekintésére van módunk. Nagyjából a dolgozat elején felvázolt tipológia szerint haladva ismertetünk néhány jellemző adatot.

Profit részesedés ösztönzőként való alkalmazására alapvetően hagyományos vállalatokban igen sok példa van. Egy 80-as években készült felmérés szerint pl. az angol iparvállalatoknál dolgozók nagyjából kétharmadának épített be ösztönzési rendszerébe profithoz vagy a vállalat értékéhez kötődő elemeket a tulajdonos. Az esetek nyolcvan %-ában azonban a keresetek legfeljebb 10%-át teszik ki ezek a motivációs formák, és többnyire messze állnak a valódi tulajdonosi formáktól (Baddon et al 1989: 72). Az Egyesült Államokban a kilencvenes évek elején becslések szerint a dolgozók 10%-a volt valamilyen formában tulajdonosa is cégének. Többségük a hetvenes évek óta villámgyorsan fejlődő ESOP programok révén jutott tulajdonjogokhoz (Gianaris 1996: 130-132, 134). Az ESOP programok gyors fejlődése mögött sokan nem elsősorban a hirtelen előtörő piaci erőket, hanem a programok bevezetésekor élvezett adókedvezmények hatását sejtik (Gianaris 1996: 141-142). Nagy válságban lévő vállalatoknál előfordul, hogy a dolgozók a cég többségének birtokába jutnak. Van ahol a dolgozói tulajdonú vállalatok többsége ily módon alakul meg (Lindkvist – Westenholz 1991:324-327).

Az USA-ban készült felmérések szerint a jogászok többsége partnerségi szervezetekben dolgozik, és más értelmiségi szakmákban is jelentős arányt képviselnek ezek a szervezetek

²¹De például Farell és Schotmer halásztársulások esetén is illusztrálja a kölcsönös információ átadás mechanizmusát

(Leibowitz – Tollison 1980). Azonban látni kell, hogy ezen vállalkozások az összes munkavállalónak csak tört részét foglalkoztatják.

A termelő szövetkezetek (és általában a tisztán dolgozók kezén lévő vállalatok) száma nagy változatosságot mutat a fejlett piacgazdaságokban. Az észak-európai országokban alig pár tucat működik, és az USA-ban sincs fajlagosan sokkal több. Dél Európában (és Izraelben) ellenben viszonylag sikeres szövetkezeti mozgalmak működnek (Jones 1982: 39, 1984: 54, 72, Cornforth 1989: 38, Oakeshott 1978: 124-125, 146, Thornley 1981: 139, 153, Paton 1991: 29) . Több százezer ember dolgozik pl. Izraelben kibucokban és hasonló jellegű szervezetekben (Ben-Ner – Neuberger 1982: 195, Palgi 1991: 285). Sokezer ilyen cég van Olaszországban is, de arányuk az összes vállalkozáshoz képest már nem olyan jelentős. Talán az utóbbi évtizedek leghíresebb szövetkezet csoportja a spanyolországi Mondrágon baszkok lakta térségében működik. A hatvanas évek elején pár taggal indult első szövetkezetből mára több, mint húszezer (többnyire tulajdonos) embert foglalkoztató ipari konglomerátummá vált saját oktatási és kutatási bázissal (Foote Whyte 1991: 83, Oakeshott 1978: 179, 1982: 135). A spanyol gazdaságon belül persze ennek a mozgalomnak is elenyésző a súlya.

A különböző típusú dolgozói tulajdonú vállalatok megoszlását tekintve közös jellemzőként említhető meg az iparon belül az építő- és főleg a gépipar kiemelkedő súlya. Ez általános a szövetkezetekre, de igaz az egyszerű profit részesedéssel rendelkező rendszerekre is (Oakeshott 1978: 124-125, 146, Thornley 1981:139, Baddon et al 1989: 66). A dolgozói tulajdonú cégek kisebb létszáma többnyire megfigyelhető a szövetkezeteknél, de talán kevésbé a profit részesedéssel rendelkező vállalatoknál (Oakeshott 1978: 124-125, Baddon et al 1989: 73). A partnerségi szervezetek többsége kicsi, de épp a legnívósabbak mérete a legnagyobb, és folyamatosan növekvő (Leibowitz – Tollison 1980, Farrell – Schotmer 1988).

VII.5. A magyarországi helyzet

VII.5.1. A mintáról és a változóról

A vizsgált minta a BKÁE Szociológia Tanszékén folyó iparvállalati panelvizsgálat adatbázisa. A mintavétel alapjául szolgáló sokaság a gyártással foglalkozó ipari vállalatok köre. A mintavétel a KSH vállalati címlistája alapján történt. A mintát területi elhelyezkedés és létszámkategória szerint súlyoztuk. A kutatás során 1992-ben vettek fel adatokat először, míg a legutolsó, általunk is elemzett évjárat a 2000-es adatfelvétel. A területi rétegzés Budapest-vidék megosztást tartalmaz. A létszám szerinti pedig négy kategóriát. A mintanagyság évről évre változik. Az 1992-es mintában 406 cég, 1993-asban 540 cég, az 1994-esben 489 cég, az 1995-ösben 452 vállalat, 1996-os mintában pedig 325, az 1998-asban 423 végül a legfrissebb adatállományban 382 gazdálkodó szervezet szerepel. A minta évről évre tartalmaz új vállalatokat is. A több éven keresztül elemezhető esetek száma alacsonyabb a fenti legkisebb mintanagyságnál is.

Az 1992-es felvétel nem tartalmazott kérdést a dolgozói tulajdonra vonatkozóan. Ezért csak 1993-tól kezdve tudjuk vizsgálni a mintát. Az 1996-os adatok bizonyos nehezen magyarázható változásokat mutatnak a korábbi évekhez képest. Ismerve az akkori mintavétel néhány problémáját, ezeket az adatokat óvatosan fogjuk kezelni.

A korábbi évek kérdőívei alapján keveset tudunk mondani a vizsgált cégek pontos tulajdonosi struktúrájáról. Azt tudjuk, hogy hány százalékos részesedése volt egy-egy vállalatban a dolgozóknak az államnak, önkormányzatoknak, külföldieknek stb. Nem tudhatjuk azonban, hogy hány ember kezében összpontosul a dolgozói tulajdonrész, és csak a vezetők vagy mellettük alkalmazottak is vannak-e a tulajdonosok között? A korábbi évek adataiból nem tudjuk kiszűrni azokat az eseteket, melyek már majdnem egyéni vállalkozásoknak tekinthetők, mert a cég vezetője volt a tulajdonos nagyrészből, másoknak csak elenyésző részesedésük volt. Ez a tény a korábbi évek adatainak értékelésekor fontos szempont lehet.

További bizonytalanságot jelent a korábbi adatokban, hogy a fenti kérdések tisztázatlansága miatt megnőtt a válaszadó szubjektív értékelésének a szerepe abban, hogy mi tekinthető dolgozói tulajdonnak.

Az említett bizonytalanságok csökkentésének érdekében – a kérdőív lehetőségeinek a figyelembe vételével – a dolgozói tulajdonra vonatkozó kérdést a legújabb adatfelvétel során kettéválasztottuk. Egyrészt arra kérdeztünk rá, hogy az alapítói vagy non belül mekkora a felső vezetők dolgozói tulajdoni részesedése, majd arra, hogy mekkora a többi alkalmazott tulajdonrésze. Ezzel egyrészt tágítottuk a figyelembe vett vállalatok körét, hiszen a tulajdonos(ok) által vezetett cégek egy része a magántulajdonból a dolgozói tulajdonúak kategóriájába került át. Másrészt lehetőségünk nyílt arra, hogy lássuk, hol tulajdonosok a vezetőkön kívül mások is.

Belátjuk, hogy a kérdezés imént ismertetett módja szintén számos bizonytalansági tényezőt rejt magában. Ugyanakkor figyelembe kellett vennünk, hogy a hosszú évek során használt kérdőív struktúrájának túlzott megváltoztatása, az összehasonlíthatóság csökkenése révén több kárt okoz, mint hasznot. Továbbá a kérdőív terjedelmi korlátaival is számolnunk kellett, így új önálló kérdésblokk beállítására nem nyílt mód.

Mindazonáltal a korábbi felvételek esetében sem vagyunk teljesen híján információknak. Például szövetkezetek esetén feltételezhető széles körű tulajdonlás. Viszonylag kicsi a valószínűsége, hogy dolgozói tulajdonnak minősítünk egyszemélyi tulajdonú vállalkozást, ha belföldi magántulajdon is regisztráltak a kérdezők a dolgozói tulajdon mellett. Kis cégeknél ez különösen arra utal, hogy tényleg nem csak egy ügyvezető tulajdonát minősítették munkavállalói tulajdonnak. Egyértelmű állításokat persze nem tehetünk. A bizonytalanság a fenti érvek ellenére megmarad.

VII.5.2. Előzetes feltevések

Feltevéseink megfogalmazásakor és az adatok értékelésekor figyelembe kell venni, hogy a vállalati panelvizsgálat csak a gyártással foglalkozó iparvállalatokra terjedt ki. Sajnos azt is

látnunk kell, hogy néhány fontos jellegzetesség mérésére nincs lehetőségünk ebben az adatbázisban. Nem tudjuk egzakt módon ellenőrizni tanulmányunk fő hipotézisét rendszerváltás speciális hatásairól. Ehhez ugyanis egy összevethető nemzetközi adatbázisra lenne szükség. Az imént említett korlátok figyelembe vételével az alábbi empirikus feltevéseket fogalmaztuk meg:

Az általános nemzetközi tapasztalatok alapján azt várjuk, hogy a dolgozói tulajdonú cégek aránya csekély a mintában. Magyarországon nem működik olyan dolgozói tulajdonlást támogató állami kedvezményekben részesülő program, mint az USA-ban az ESOP (az MRP korántsem olyan elterjedt hazánkban). A munkavállalói tulajdonban lévő szervezetek között feltevésünk szerint nagy arányt képviselnek a szövetkezetek. Számuk ugyanis a 70-es 80-as években nemzetközi viszonylatban nagynak számított, és sok az iparban is túlélhette a rendszerváltást.

Kiindulópontunk az, hogy nem volt a gazdasági átalakulásnak speciális hatása, ezért a dolgozói tulajdonú cégek számának stabilitását várjuk rövid (két három) éves időtartam alatt. Ha volt ilyen lényeges hatás, akkor feltehetően változik számuk és összetételük a "normális" piacgazdasági körülményekhez fokozatosan hozzáigazodva.

Arra számítunk, hogy az összetettebb munkákat igénylő (és általában munkaigényesebb) szektorokban van több dolgozói tulajdonú vállalat.

Feltevésünk szerint az egy főre eső állóeszközök értéke alacsonyabb a dolgozói tulajdonú cégeknél.

Azt várjuk, hogy a munkaköltségek aránya nagyobb a dolgozók kezén lévő társaságoknál.

A dolgozókon belül több képzetre számítunk a belső tulajdonosokkal rendelkező cégeknél.

Feltevésünk szerint az innováció nagyobb szerephez jut a dolgozói tulajdonú vállalatoknál.

Kisebbségi létszámúak elgondolásunk szerint a dolgozói tulajdonú vállalatok. Az elméleti irodalom ezt nem tekinti általános törvényszerűségnek, de a törvény alól mentes vállalatok többnyire a szolgáltatásokban dolgoznak. Ipari termelés körülményei között jobban tartható az állítás.

Frissen dolgozói tulajdonba került társaságról feltételezzük, hogy nagy eséllyel volt válságban az előző években.

A 4., 5. és 6. Feltevés problematikus, mivel nem tudjuk, hogy a dolgozók mekkora hányada részesedik a tulajdonból. Ha ugyanis kevesen, akkor nem kell feltétlen igaznak lenniük ezeknek az állításoknak. Így a dolgozói tulajdonú és a többi vállalat közötti kis eltérés esetén nem sokat tudunk mondani ezen feltevéseinkről. Nagy különbségek viszont megerősítik állításainkat.

A "normális" vagy "átlagos" piacgazdasági körülményeket figyelembe vevő feltevéseinket először a nyers arányszámokkal vetjük össze. Ha a várt jellegzetességek nem mutatkoznak, akkor erősödhet bennünk a gyanú, hogy az átalakulás speciális körülményei "elnyomták" az

általánosan érvényesülő faktorok hatásait.²² A keresztábra elemzés után regressziós modell segítségével próbáljuk értékelni az egyes tényezők többitől elkülönített hatását. Itt egyrészt ugyanazt vizsgáljuk, mint az előzőekben (tehát, hogy az elméletnek megfelelően működnek e ezek a hatások). Másrészt tényezők hatásának erősségét követjük nyomon az idő előrehaladtával. Ha a különböző évekre egymástól független mintákkal rendelkezünk az utóbbi kérdést pontosan mérhetnénk. Így "szubjektív" összehasonlításra kényszerülünk.

VII.5.3. A többségében dolgozói tulajdonú cégek aránya

A 90-es évek adatait tekintve meglepően magas a mintában a többségi dolgozói tulajdonban lévő iparvállalatok aránya. Nem egyformák az arányok minden évben, de 93 és 95 között nem nagyok a különbségek. 1993-ban a cégek negyedénél haladta meg a munkavállalók tulajdonrésze az 50%-ot, és minden ötödik volt teljesen a dolgozó tulajdonában. Számuk 95-re kicsit csökkent. Ezt mutatja az 1. táblázat.

1. táblázat

Munkavállalói tulajdonú vállalatok aránya a mintában

<i>Dolgozói tulajdon</i>	<i>1993</i>	<i>1995</i>	<i>2000 vezetői és alkalmazotti</i>	<i>2000 alkalmazotti</i>
Többségi ⁺	26,9	20,2	34,5	5,2
Teljes	19,2	15,5	29,5	2,6

⁺ A többségi tulajdon kategóriája tartalmazza a teljesen dolgozói tulajdonban lévő cégeket is

A szervezetek majdnem mind a vizsgált kategóriába tartoznak, de még így is csak minden nyolcadik-tizedik dolgozói tulajdonú cég szervezet. Ha az ipari ágazatok négy fő kategóriáját nézzük azt látjuk, hogy a gépiarban több ilyen cég van, és a könnyűiparban is inkább felülreprezentáltak, míg a nehéz- és az élelmiszeriparban kevesebb ilyen céget regisztráltak. Az alapadatok áttekintésekor fontos eredményként regisztráltuk azt, hogy a nagyvállalatok hiányoznak az ilyen típusú cégek közül. Az viszont évről évre változik, hogy a kis- és közepes vállalkozások között van-e lényeges különbség az átlagos létszámhoz képest.

Az idei adatfelvétel eredményei megmutatják, hogy a korábbi években dolgozói tulajdonúnak minősített cégek többsége minden valószínűség szerint a fő tulajdonos(ok) által közvetlenül vezetett vállalkozás, ahol a dolgozók többségének nincs érdemi részesedése a tulajdonból. A mintában szereplő vállalatok mintegy 5%-ánál haladja meg a nem vezető beosztású alkalmazottak tulajdoni részesedése az 50%-ot. Minden tizedik vállalatra igaz, hogy az alkalmazottak részesedése nagyobb, mint 25%.

A 2000. évben mért arányok lényegesen kisebbek ugyan a korábbi adatoknál, ugyanakkor mégis magasabbak annál, mint amit a nemzetközi tapasztalatok alapján várhattunk volna.

²²Figyelem: ha a vártak megfelelő eredményeket kapunk, az sem jelenti azt, hogy el kell vetni a rendszerváltás speciális hatásának gondolatát.

Mindazonáltal megfelelő összehasonlító adatbázis híján messzemenő következtetések levonására nincs mód.

VII.5.4. Átalakulási tendenciák

A kilencvenes évek első felében nagyon sok vállalat jött létre és sok is szűnt meg. A vállalati panelvizsgálat így viszonylag kevés vállalatot tudott több éven keresztül követni. Nehezítette a kutatók dolgát az is, hogy néhány mintabeli vállalat, bár nem szűnt meg, elérhetlenné vált vagy megtagadta az újbóli válaszadást. A legutóbbi adatfelvétel során megpróbáltuk felkeresni a korábban mintába került cégeket is. Ezáltal lehetővé vált, hogy számos vállalat hosszabb távú fejlődését is figyelemmel kövessük. Azt néztük tehát meg, hogy az 1993-ban mintába került cégeknél miképpen alakult a dolgozói tulajdon aránya. Nem vettük figyelembe a megszűnéseket, mivel nem lehet egyértelműen elválasztani a mintából való kikerülés egyéb módjaitól. Ráadásul hipotézisünk szempontjából nagyjából közömbös is a megszűnések ténye. Azt néztük meg, hogy a 93-ban valamekkora dolgozói tulajdonrészrel rendelkező cégek közül a 2000-ben is működőknek milyen volt a tulajdonosi struktúrájuk. Azt láthatjuk, hogy ezekben a vállalatokban sok esetben csökkent a dolgozói tulajdon aránya. Azt nehéz megítélni, hogy ennek mekkora jelentőséget kell tulajdonítanunk. Nem elhanyagolható azon cégek aránya sem, ahol növekedés volt tapasztalható - bár ők lényegesen kevesebben vannak a csökkenést felmutatóknál.

2. táblázat.

A 93-ban dolgozói tulajdonrészrel bíró vállalatok tulajdonosi szerkezetének változása 2000-re

<i>Dolgozói tulajdon</i>	<i>Csökkent</i>	<i>Nem változott</i>	<i>Nőtt</i>
Megoszlás (%)	50,9	30,6	18,4

Megemlítendő az a tény, miszerint egyes ágazatokban nem teljesen egyforma arányban csökkent illetve növekedett a dolgozói tulajdon aránya. A könnyű- és gépiparban valamivel nagyobb volt a 93-as dolgozói tulajdonosi arány fennmaradásának esélye.

VII.5.5. Szektorális megoszlás

Az összevont ágazati megoszlás ismertetésekor már említettük, hogy a gépipar és részben a könnyűipar is felülreprezentált. Ez megerősíti hipotézisünket. Azonban ilyen aggregátsági szinten valójában nem sokat lehet mondani. Érdekes tehát részletesebben is megsejmlélni az ágazati megoszlást. Megfigyelhetjük, hogy egyebek mellett a műszeriparban sok viszonylag az ilyen cég valamint némely évben a nyomdaiparban. A műszertechnika átlagosan feltehetően tényleg kisebb tőkeigényű, a nyomdaipar viszont nem. Mennyiségében a gépipar felülreprezentáltságát a gépek gyártása adja. Ez azonban nagyon sok mindent takarhat. A

részletesebb ágazati megbontás sem teljesen elegendő arra, hogy messzemenő következtetéseket tudjunk levonni belőle.

3. táblázat.

Néhány ágazat aránya a különböző struktúrájú vállalatok között 1995-ben

<i>Ágazat</i>	<i>Nincs többségi DT⁺</i>	<i>Többségi DT⁺⁺</i>	<i>Teljes DT</i>
Nyomda és kiadó	11,2	14,4	15,6
Gépek	14,9	26,5	24,6
Műszerek	3,1	6,7	6,4

⁺ DT: Dolgozói tulajdon. ⁺⁺ A többségi tulajdon kategóriája tartalmazza a teljesen dolgozói tulajdonban lévő cégek csoportját is

4. táblázat.

Néhány ágazat aránya a különböző struktúrájú vállalatok között 2000-ben

<i>Ágazat</i>	<i>Nincs többségi DT⁺</i>	<i>Többségi DT⁺⁺</i>	<i>Teljes DT</i>
Nyomda és kiadó	11,3	11,5	13,5
Gépek	6,0	12,2	9,0
Műszerek	5,2	9,1	9,1

⁺ DT: Dolgozói tulajdon. ⁺⁺ A többségi tulajdon kategóriája tartalmazza a teljesen dolgozói tulajdonban lévő cégek csoportját is

VII.5.6. Egy főre jutó tőke

Harmadik empirikus következtetésünk az volt, hogy az egy főre jutó tőke nagysága kisebb a dolgozói tulajdonú vállalatoknál. Nem egyértelmű ennek mérése. Mi a könyv szerinti vagyont választottuk indikátornak. Ez nem tiszta mutató. Egyrészt tartalmazhat szellemi tőkét is, másrészt sokszor irreális árakon vannak elszámolva benne tőkejóságok. Jobbat viszont az adatbázisban nehéz találni. Csak az alapítói vagyont lehetett volna még választani, az azonban nagyon sok esetben nem mutatja a vállalkozás tényleges indulótőke igényét. Ráadásul nagyobb valószínűséggel szerepelhet benne nem elhanyagolható mértékű szellemi apport. Mi most azzal a - szerintünk reális -, segéd-feltételezéssel élünk, hogy a könyv szerinti érték általában elhanyagolható arányban tartalmaz szellemi tőke jóváírást.

Az eredmények megerősítik harmadik hipotézisünket. A dolgozói tulajdonú cégeknél az egy főre jutó könyv szerinti tőke értéke jóval kisebb, mint más vállalatoknál. Az eredmények nem minden esetben szignifikánsak minden szokásos szinten. Ám ez valószínűleg a csekély minta elemszámnak köszönhető. Ezt erősítik meg az évek folyamán egyöntetű eredmények is (Az évek összevonására megfelelő korrekt tesztlehetőség híján nem került sor).

5. táblázat

Egy főre jutó könyv szerinti érték átlagos értéke millió forintban különböző vállalatoknál⁺

<i>Dolgozói tulajdon</i>	<i>1993</i>	<i>1995</i>	<i>2000</i>
Kisebb 51%-nál	4,8	2,1	5,1
Többségi ⁺⁺	1,6	1,2*	1,8**
Teljes	0,6**	1,0**	1,9**

⁺ A többségi- és a teljes dolgozói tulajdonban lévő vállalatokra vonatkozó értékek melletti csillagok a nem a kategóriájukba tartozó cégek adatától való eltérés szignifikáns voltát jelzik. Egy csillag 10%-os, kettő 5%-os, három pedig 1%-os szint melletti szignifikanciát jelez. ⁺⁺ A többségi tulajdon kategóriája tartalmazza az alatta levőt, a teljesen dolgozói tulajdonban lévő cégek csoportját is

VII.5.7. Képzett munkaerő aránya

Fel szeretném hívni a figyelmet arra, hogy mivel sok esetben a munkavállalóknak csak egy kis része tulajdonos is egyben, a dolgozók képzettségi megoszlása nem feltétlenül árulkodik a tulajdonosok képzettségi megoszlásáról. Kétféleképpen mértük meg ezt a kérdést. Egyszer megnéztük a diplomások arányát, másodszor pedig a diplomások és a szakképzett fizikaiak részesedését az összes munkaerőből. Nos, mindkét mérőszám, az évek során egy-két kivétellel mindig azt mutatta, hogy nincs különbség a dolgozói tulajdonú és egyéb cégek munkaerő-állományának képzettség szerinti megoszlása között.

6. táblázat

Diplomások és szakképzett fizikaiak együttes átlagos aránya különböző vállalatoknál

<i>Dolgozói tulajdon</i>	<i>1993</i>	<i>1995</i>	<i>2000</i>
Kisebb 51%-nál	61,1	64,7	57,1
Többségi ⁺	60,2	65,2	63,4
Teljes	59,3	62,7	62,2

⁺ A többségi tulajdon kategóriája tartalmazza az alatta levőt, a teljesen dolgozói tulajdonban lévő cégek csoportját is

VII.5.8. Az innováció szerepe

Az elméleti irodalomban sokan hangsúlyozzák azt, hogy a dolgozói tulajdon valószínűbb ott, ahol kreatívabb, önállóbb munkavégzésre van szükség. Ezt most ágazatoktól függetlenül vizsgáljuk. A különböző évek kérdőíveiben több alkalommal szerepeltek kérdések a K+F tevékenységre vonatkozóan. Ezt megfelelő indikátornak találtuk a hipotézis mérésére. Egyrészt azt néztük meg, hogy gyakrabban alkalmaznak-e a dolgozói tulajdonú cégek K+F tevékenységgel foglalkozó munkatársat. Másrészt azt vizsgáltuk, hogy többen vezettek-e be ezen cégek között lényeges technikai újításokat.

Mint más esetben, most is figyelmeztetni szeretnénk arra, hogy a K+F munkatársak létének vizsgálata igencsak közvetett mérése a kreatív önálló munka igényének. Az új termék vagy technológia bevezetésére vonatkozó kérdés talán jobban igazítható a hipotézishez, de ez sem biztos. A bevezetendő új technológiák lehetnek mindig egyszerű tevékenységet igénylők, a nevükben azonos technológiák is kívánhatnak napról napra, esetről esetre új megoldásokat a munkásoktól. Az eredmények nem erősítik meg a hipotézist. Nem alkalmaznak többen K+F szakembert ezek a cégek, és több új technológiát sem vezetnek be.

7. táblázat.

K+F munkatársat alkalmazó cégek aránya különböző vállalatoknál

<i>Dolgozói tulajdon</i>	<i>1993</i>	<i>1995</i>	<i>1996</i>
Kisebb 51%-nál	16,2	16,8	15,1
Többségi ⁺	16,6	14,6	18,4
Teljes	11,6	13,1	19,1

⁺ A többségi tulajdon kategóriája tartalmazza az alatta levőt, a teljesen dolgozói tulajdonban lévő cégek csoportját is

Tekintetbe kell vennünk azt, hogy nagyobb vállalatoknál egyéb tényezők változatlansága mellett is nagyobb az esélye annak, hogy külön ember foglalkozzon K+F munkával. A dolgozói tulajdonú vállalatok viszont kisebbek, mint az átlag. Ezért megnéztük az 50 főnél kisebb cégek között is a K+F tevékenység meglétét. Ám az eredmények nem különböznek az egész minta eredményeitől. Ezt a hipotézist az általunk vizsgált eredmények nem erősítették meg. Az adatok inkább cáfolják a feltételezést. Az itt megfogalmazott formában tehát nem tartható fenn. Nem zárható ki azonban, hogy módosított formában vizsgálni lehessen a kérdést. Elméletileg ugyanis elég megalapozott feltételezésről van szó. Sajnos mérési lehetőségeink rosszak. Lehetséges, hogy ez az adatbázis nem megfelelő ennek a hipotézisnek az ellenőrzésére.

VII.6. Regressziós elemzések

A legutóbbi felvétel adatait felhasználva kísérletet tettünk arra, hogy az egyes tényezők önálló hatását is megvizsgáljuk. Lineáris- és logisztikus regressziós modelleket építettünk, melyek segítségével arra próbáltunk választ találni, hogy mely tényezők határozzák meg azt, hogy egy-egy vállalkozás tulajdonosi struktúrájában milyen szerep jut az alkalmazottaknak.

A regressziós modellekben a 3-8. hipotézisek vizsgálatát kíséreltük meg. Mivel feltevéseink nem öltöttek olyan egzakt formát, hogy pontos összefüggéseket definiálhassunk, az elemzéseink részben feltáró és csak részben konfirmatív jellegűek. Többféleképp próbáltuk

mérni a függő és a potenciális független változókat is. Az alábbiakban a dolgozói tulajdonlás kétféle operacionalizálása alapján, hat magyarázó változóval összeállított két modellt mutatjuk be. A 8. táblázat tartalmazza a modellekben szereplő függő és független változók rövid leírását.

8. táblázat.

A regressziós elemzésekben szereplő változók

<i>Változó</i>	<i>Változó értékei és tartalma</i>
Függő változók	
Teljesen dolgozói tulajdonú cég	0: nem teljesen dolg tul, 1: 100%-ban dolg tulajdonú
Dolgozói tulajdon aránya	Folytonos: a dolgozói tul százalékos aránya
Magyarázó változók	
Egy főre jutó vagyon	Folyt.: könyv szerinti vagyon és létszám hányadosa
Képzettek aránya a dolgozók között	Folyt.: Szakképzett fizikaiak és diplomások aránya
Béreköltségek aránya	Folyt.: Személyi jellegű ktg-ek osztva összes ktg-gel
Termék- és technológiai újítás	0: Nem volt termék v tech újítás, 1: volt újítás ez évben
Létszám	Folytonos: éves átlagos állományi létszám
Egyedi termék van-e	0: nincs egyedi termék gyártás, 1: van egyedi termék gy.

A dolgozói tulajdon aránya mögött meghúzódó tényezők modelljét lineáris regresszió segítségével teszteltük. A teljesen dolgozói tulajdonban levő cégek jellemzőinek modelljét logisztikus regressziós eljárással vizsgáltuk. Mindkét esetben először minden, a 3-8 hipotézisek alapján lényeges változót bevontunk a modellekbe. Ezután statisztikai eljárások segítségével álltak össze a lényeges változókat tartalmazó modellek. A 9-12 táblázatok tartalmazzák a magyarázó változókkal kapcsolatos leglényegesebb információkat.

9. táblázat.

A teljes dolgozói tulajdonlás létét magyarázó logisztikus regresszió eredményei – a kiinduló modell

	<i>Béta</i>	<i>Sztenderd hiba</i>	<i>Wald-statisztika</i>	<i>Szignifikancia</i>
Egy főre jutó vagyon	-,0687	,0378	3,3073	,0690
Képzettek aránya	,2157	,3910	,3042	,5812
Béreköltségek aránya	,0039	,0062	,3997	,5273
Termék és tech. újítás	-,5190	,3542	2,1468	,1429
Létszám	-,0053	,0034	2,5003	,1138
Egyedi termék	,0077	,0037	4,3925	,0361
Konstans	-,8816	,3105	8,0642	,0045

10. táblázat.

A teljes dolgozói tulajdonlás létét magyarázó logisztikus regresszió eredményei – a backstep eljárás által előállított modell a lényeges magyarázó változókkal

	<i>Béta</i>	<i>Sztenderd hiba</i>	<i>Wald-statisztika</i>	<i>Szignifikancia</i>
Egy főre jutó vagyon	-,0751	,0405	3,4360	,0638
Létszám	-,0058	,0034	2,8257	,0928
Egyedi termék	,0082	,0036	5,0684	,0244
Konstans	-,7026	,1708	16,9230	,0000

A teljes dolgozói tulajdonlás meghatározó tényezőit magyarázó modell eredménye azt mutatja, hogy a teljesen a dolgozók tulajdonában lévő cégeknél a hipotéziseknek megfelelően minden egyéb változatlansága mellett kisebb az egy főre jutó vagyon mértéke, kisebb az állományi létszám és nagyobb az esélye, hogy a cégnél egyedi termékek gyártása is folyik. Nem igazolódtak ugyanakkor azok a feltevések, miszerint nagyobb lenne ezen vállalatoknál a bérköltségek aránya, illetve több technológiai újítás jellemezné a gyártási folyamatot. A modell alapján nem magasabb lényegesen a szakképzett munkaerő aránya a dolgozói tulajdonú vállalatoknál.

11. táblázat.

A dolgozói tulajdonlás arányát magyarázó lineáris regresszió eredményei – a kiinduló modell

	<i>Béta</i>	<i>Sztenderd hiba</i>	<i>t-statisztika</i>	<i>Szignifikancia</i>
Egy főre jutó vagyon	-0,268	0,137	-0,107	0,051
Képzettek aránya	13,935	8,576	1,625	0,105
Bérköltségek aránya	0,086	0,139	0,623	0,534
Termék v. tech. Újítás	-6,078	5,244	-1,159	0,247
Létszám	-0,021	0,013	-1,558	0,120
Egyedi termék	0,071	0,083	0,862	0,389
Konstans	32,255	6,907	4,670	0,000

12. táblázat.

A dolgozói tulajdonlás arányát magyarázó lineáris regresszió eredményei – a backward eljárás által előállított modell a releváns változókkal

	<i>Béta</i>	<i>Sztenderd hiba</i>	<i>t-statisztika</i>	<i>Szignifikancia</i>
Egy főre jutó vagyon	-0,265	0,137	-1,940	0,053
Képzettek aránya	18,430	8,005	2,302	0,022
Létszám	-0,024	0,013	-1,819	0,070
Konstans	30,892	5,351	5,773	0,000

A dolgozói tulajdon arányát magyarázó modell eredményei némileg eltérnek a teljes dolgozói tulajdonlás létre vonatkozó modellétől. Az eredmények azt mutatják, hogy hasonlóan az előző esethez, a kisebb egy főre jutó vagyon növeli az esélyét a nagyobb dolgozói tulajdoni

arányának. Ugyancsak az előző eredményeket erősíti meg az, hogy a dolgozói tulajdoni arány és a létszám fordított arányú kapcsolatban áll egymással. Ugyanakkor a lineáris regresszió alapján arra a – hipotéziseinkkel összecsengő – következtetésre juthatunk, hogy minél nagyobb az adott munkahelyen a szakképpzett munkaerő iránti igény, annál nagyobb várhatóan a dolgozói tulajdonlás aránya. Ebben a modellben azonban az egyedi termékeket gyártók körében nem magasabb a dolgozói tulajdon aránya.

A pontosabb következtetések levonásához további elemzésekre van szükség. Azonban az eddigiekből is látszik, hogy láthatóak bizonyos jelei annak, hogy a dolgozói tulajdonlás mögött legalább részben a piacgazdaságokban általánosan jelen lévő piaci erők húzódnak meg. Ugyanakkor ezek magyarázóereje a dolgozói tulajdonú cégek létrejöttében (fennmaradásában) kicsi. Az adatok alapján arra a következtetésekre juthatunk, hogy az átmenet speciális hatásainak részletesebb elemzésére van szükség.

VII.7. Összegzés

A piacgazdasági átmenet egyik legfontosabb folyamata a tulajdonosi struktúrák átalakulása. A magántulajdon dominanciájának kialakulása során, a privatizáció egyes sajátosságainak köszönhetően nem elhanyagolható szerephez jutott hazánkban a vezetők és alkalmazottak tulajdonlása. Tanulmányunkban azt vizsgáltuk, hogy a dolgozói tulajdonú cégek létrejöttében és fennmaradásában milyen szerepet játszanak a modern piacgazdaságokban mindenütt jelen lévő piaci erők, és mi köszönhető az átmenet sajátosságainak.

Elemzésünkben arra koncentráltunk, hogy a munkavállalói tulajdon kialakulásához vezető piaci erők hatását tetten érjük. Elméleti áttekintésünkben lehatároltuk azokat a szektorális és termelési jellegzetességeket, amelyek piaci körülmények között a munkavállalói tulajdonlást valószínűsítik. Empirikus vizsgálatunkban a szakirodalom alapján felállított hipotéziseinket vetettük össze a Vállalati Panel adataival. Kutatásunk eredményei arra utalnak, hogy a piaci erők érdemi szerepet játszanak abban, hogy mely cégek maradnak fenn dolgozói tulajdoni szerkezet mellett. Ugyanakkor az elméleti modellek alapján feltételezett hatásmechanizmusok egy részét nem tudtuk kimutatni, vagy csak nagyon gyengén érzékeltük. Szükségesnek tartjuk, hogy további kutatásainkban az átmenet speciális hatásaira vonatkozóan is tesztelhető hipotéziseket állítsunk fel.

Irodalom

- Alchian, Armen A. - Harold Demsetz: Production, Information Cost and Economic Organization. *The American Economic Review* 62, 1972, 777-795. o.
- Baddon, Lesley - Laurie Hunter - Jeff Hyman - John Leopold - Harvie Ramsay: *People's Capitalism? A Critical Analysis of Profit-sharing and Employee Share Ownership*. Routledge, London and New York, 1989.
- Bársony Jenő - Krokos János: *Ki legyen a tulajdonos?* Ipargazdasági Intézet, Budapest, 1989.
- Ben-Ner, Avner: On the Stability of the Cooperative Type of Organization. *Journal of Comparative Economics* 8, 1984, 247-260.o.
- - Egon Neuberger: Israel: The Kibbutz. In.: Frank H. Stephen (eds): *The Performance of Labor-Managed Firms*. St. Martin's Press, New York, 1982, 186-213. o.
- Boda Dorottya - Hovorka János - Neumann László: A munkavállalók, mint a privatizált vállalatok új tulajdonosai. *Közgazdasági Szemle* 41, 1994/12, 1084-1096. o.
- Cornforth, Chris: Worker Cooperatives in the UK: Temporary Phenomenon or Growing Trend? In. Cornelis J. Lamners – Szell György (eds): *International Handbook of Participation in Organizations. Vol I*. Oxford University Press, New York, 1989, 38-49. o.
- Davy, Samuel J.: Employee Ownership: One Road to Productivity Improvement. *The Journal of Business Strategy* 4, Summer 1983, 12-21. o.
- De Alessi, Louis: Property Rights, Transaction Cost, and X-Efficiency. *The American Economic Review* 73, 1983, 64-77. o.
- Fama, Eugene F. – Michael C. Jensen: Agency Problems and Residual Claims. *Journal of Law and Economics* 26, 1983, 327-349.o.
- Farell, Joseph- Suzanne Schotmer: Partnerships. *Quarterly Journal of Economics* 103, 1988, 279-298. o.
- Foote Whyte, William: Learning from Mondragon. In. Raymond Russell – Veljko Rus (eds): *International Handbook of Participation in Organizations. Vol II*. Oxford University Press, New York, 1991, 83-102. o.
- Gábor R. István: Részesgazdaság á la Weitzman – panacea, medicina vagy placebo? *Közgazdasági Szemle* 40, 1993, 285-310. o.
- Getzen, Thomas E.: A "Brand Name Firm" Theory of Medical Group Practice. *Journal of Industrial Economics* 33, 1984, 199-215. o.
- Gianaris, Nicholas V.: *Modern Capitalism*. Praeger, Westport, London, 1996.
- Jensen, Michael C. – W. H. Meckling: Property Rights and Production Functions: An Application to Labor Managed Firms and Codetermination. *Journal of Business* 52, 1979, 469-506. o.
- Jones, Derek C.: The United States of America: a Survey of Producer Cooperative Performance. In.: Frank H. Stephen (eds): *The Performance of Labor-Managed Firms*. St. Martin's Press, New York, 1982, 53-73. o.
- : American Producer Cooperatives and Employee Owned Firms: A Historical Perspective. In. Robert Jackall – Henry M. Levin (eds): *Worker Cooperatives in America*. University of California Press, Berkeley, Los Angeles, London, 1984, 37-56. o.
- Komlós Enikő: Dolgozói tulajdonjog a fejlett piacgazdaságokban. *Szövetkezeti Ipar*, 1990/2-3, 26-35. o.
- Kornai János: A privatizáció elvei Kelet-Európában. *Közgazdasági Szemle* 38, 1991, 1021-1040.o.
- Lang, Kevin – Peter-John Gordon: Partnerships as Insurance Devices: Theory and Evidence. *Rand Journal of Economics* 26, 1995, 614-629. o.
- Leibenstein, Harvey: Allocative Efficiency vs. "X-efficiency". *The American Economic Review* 56, 1966, 392-415. o.

- Leibowitz, Arleen - Robert Tollison: Free Riding, Shirking, and Team Production in Legal Partnerships. *Economic Inquiry* 18, 1980, 380-394. o.
- Lindkvist, Lars – Ann Westenholz: Employee-Owned Companies in the Nordic Countries. In: Raymond Russell – Veljko Rus (eds): *International Handbook of Participation in Organizations. Vol II.* Oxford University Press, New York, 1991, 323-343. o.
- Makó Csaba: A munkástulajdon dilemmái. *Gazdaság*, 1989/1, 76-93. o.
- : A munkavállalói tulajdon dilemmái. Az USA példája. *Ergonómia*, 1989/3, 89-96. o.
- Oakeshott, Robert: *The Case of Workers' Co-ops.* Routledge & Kegan Paul, London, Henley, Boston, 1978.
- : Spain: the Mondragon Enterprises. In.: Frank H. Stephen (eds): *The Performance of Labor-Managed Firms.* St. Martin's Press, New York, 1982, 122-140. o.
- Palgi, Michal: Worker Participation in Histadrut-Owned Enterprises in Israel. In: Raymond Russell – Veljko Rus (eds): *International Handbook of Participation in Organizations. Vol II.* Oxford University Press, New York, 1991, 285-300. o.
- Paroush, Jacob: Notes on Partnerships in the Service Sector. *Journal of Economic Behavior and Organization* 6, 1985, 79-87. o.
- Paton, Rob: Worker Take-overs of Failing and Bankrupt Enterprises in Europe. In: Raymond Russell – Veljko Rus (eds): *International Handbook of Participation in Organizations. Vol II.* Oxford University Press, New York, 1991, 28-42.o.
- Poole, Michael: *The Origins of Economic Democracy. Profit-sharing and Employee-shareholding Schemes.* Routledge, London and New York, 1989.
- Russell, Raymond: Employee Ownership and Internal Governance. *Journal of Economic Behavior and Organization* 6, 1985, 217-241. o.
- : Sharing Ownership in Services. In: Raymond Russell – Veljko Rus (eds): *International Handbook of Participation in Organizations. Vol II.* Oxford University Press, New York, 1991, 197-217. o.
- Stark, David: Privatizáció Magyarországon. A tervtől a piachoz vagy a tervtől a klánhoz? *Közgazdasági Szemle* 38, 1991, 838-859. o.
- Szamuely László: Dolgozói tulajdon és dolgozói részvétel. *Társadalmi Szemle*, 1992/2, 24-37. o.
- Thornley, Jenny: *Workers' Co-operatives.* Heinemann Educational Books, London, 1981.
- Toscano, : Toward a Typology of Employee Ownership. *Human Relations* 36, 1983, 581-602. o.
- Tulajdon Alapítvány Privatizációs Kutatóintézete: *A dolgozói tulajdon lehetőségei.* Tulajdon Alapítvány Privatizációs Kutatóintézete, Budapest, 1991.
- Weitzman, Michael L.: The Simple Macro-Economics of Profit Sharing. *American Economic Review* 75, 1985, 937-953. o.
- Williamson, Oliver E.: The Organization of Work. *Journal of Economic Behavior and Organization* 1, 1980, 5-38. o.
- : The Economics of Organization: The Transaction Cost Approach. *American Journal of Sociology* 87, 1981, 548-577. o.